

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun simpulan yang didapatkan dari penelitian ini mencakup dari keseluruhan bisnis, terdapat hal yang ditekankan tentang faktor apa saja yang menjadi daya tarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian

Harga merupakan salah satu komponen penting untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut konsumen harga yang ditawarkan Oishikitchen lebih murah dibandingkan dengan produk kompetitor lainnya, sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk Oishikitchen yang ditawarkan dengan harga Rp 35.000 sedangkan produk kompetitor menawarkan dengan harga Rp 40.000 – Rp 50.000. Menurut konsumen, rasa dengan harga yang ditawarkan Oishikitchen sangat sesuai.

Packaging atau kemasan, dimana konsumen pun merasa cukup puas dengan kemasan Oishikitchen. Kemasan produk yang digunakan terbilang ergonomis untuk digunakan secara mobilitas (mudah untuk dibawa kemana saja). Ergonomis penting diperhatikan, karena terkait dengan kenyamanan konsumen yang akan berdampak pada aspek loyalitas. Selain itu konsumen menilai desain Oishikitchen cukup menarik, dimana desain kemasan dapat memberi kesan pada siapa saja yang melihat. Ini yang di maksud komunikasi virtual. Artinya, kemasan yang baik bisa memberi impresi bagus sehingga mampu menampilkan kesan elegan, eksklusif, dan berkualitas.

Lebih lanjut, aspek informasi produk secara seksama menjelaskan keunggulan yang bisa didapatkan oleh konsumen. Dalam hal ini, transparansi akan gizi dan cara pembuatan produk memungkinkan konsumen untuk mengerti lebih dalam mengenai

makanan yang akan di konsumsi. Di lingkup yang lebih kecil, fungsi kemasan produk harus dapat menyampaikan informasi terkait isi produk. Di lingkup besar, kemasan produk harus bisa mewakili nilai perusahaan.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diterapkan oleh bisnis ini yakni;

Pengembangan produk, dimana produk sekarang ini terfokus pada satu variasi, dimana diharapkan bisnis ini dapat menambah variasi produk yang memungkinkan konsumen untuk memilah dan memilih sesuai seleranya, melainkan terpaksa untuk memilih produk yang ada.

Dan pengembangan segmen, dimana segmen pasar yang dituju dari bisnis untuk sekarang ini terbilang sangat kecil dan terfokus pada satu tempat. Alangkah baiknya jika produk dipasarkan melalui kanal (*channel*) yang lebih modern menggunakan internet seperti media sosial dan toko online.

Kedua saran tersebut dapat dilakukan oleh bisnis ini kedepannya demi pertumbuhan yang lebih baik dimana sesuai dengan tujuan awal bisnis ini ialah untuk menyediakan makanan yang sehat, enak, dan pula terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2018). *Riset Pemasaran*. Universitas Brawijaya.
- Didien Suhardini, D. J. (2011). *Strategi Pengembangan Bisnis Garment Di Cv. M2tech*. Universitas Trisakti.
- F, C. (2003). *Manajeme Sumber Daya Manusia*.
- Gitman, L. J. (2015). *Principles of Management Finance 12 th*.
- Heizer, R. &. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12th Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (Vol. 14th edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Maynard, B. (2011). *Principles of Marketing*.
- Osterwalder, A., & Y. P. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Prof. Dr. Sofjan Assauri, M. (2013). *Strategic Management*.
- Ramdhan, H. E. (2016). *Starupreneur Menjadi Entrepreneur Startup*. Jakarta: Penebar Plus+.
- Ries, E. (2011). *The Lean StartUp*. New York: The Crown Publishing Group.
- Rivai A & Prawironegoro D. (2015). *Manajemen Strategis*.
- S, A. (2017). *Manajemen Produksi dan Operasi*.
- Sabika Amalina, d. (2017). *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking*. *Jurnal Seminar Nasional*.
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*.
- Sekaran, U. (2003). *Research Method For Business*. Unites States America: John Wiley & Sons, Inc. .
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfa Beta.