

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

- a. Hasil persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran secara keseluruhan memiliki rata-rata hasilnya 2,23 yang merupakan kategori cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa perbandingan persepsi konsumen yaitu 1 : 1 diantara sesuai atau tidaknya bauran pemasaran yang dilakukan warung Ibu Cucu dengan selera konsumen. Akan tetapi jika disandingkan dengan rentang interval dimana rentang interval cukup baik yaitu antara 1,67 – 2,33 dan persepsi responden terhadap bauran pemasaran bakso warung Ibu Cucu terletak pada 2,23 dari hasil angka tersebut persepsi konsumen lebih dominan kearah baik atau dapat dibilang sesuai dengan selera konsumen.
- b. Berdasarkan analisis kendala bauran pemasaran *Marketing Mix 4P* (*product, price, place* dan *promotion*) pada warung Ibu Cucu ditemukan fakta bahwa pada bauran pemasaran warung Ibu Cucu tidak memiliki potongan harga pembelian, biaya pengiriman yang cukup tinggi, tampilan dekorasi tempat penjualan yang kurang menarik, dan tidak memiliki admin pemasaran dimedia sosial.

5.2 Saran

Perlu dilakukan pembenahan terkait bauran pemasaran Marketing Mix 4P yakni:

- a. Pengadaan baju seragam, penggunaan celemek dan sarung tangan saat menyajikan bakso. Hal ini bertujuan agar penyajian bakso terlihat lebih bersih.
- b. Pembenahan dekorasi menjadi lebih kekinian dan menarik agar dapat menarik konsumen membeli bakso.
- c. Penyediaan penambahan fasilitas berupa terminal (steker listrik) pada setiap meja konsumen.
- d. Penerapan pemberian diskon terhadap customer agar dapat menarik konsumen.
- e. Update terhadap postingan pemasaran di sosial media karena sosial media memiliki peran yang sangat penting dalam memasarkan produk.

