

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran terhadap penelitian selanjutnya.

#### **6.1 Kesimpulan**

Posisi IKM Gunung Merapi berada pada sel II yang artinya IKM Gunung Merapi berada pada posisi tumbuh dan membangun. Hasil prioritas-prioritas strategi pada level 1 untuk kriteria aspek yaitu promosi dengan bobot 0,369. Sedangkan level 2 untuk prioritas alternatif solusi strategi pemasaran yaitu Meningkatkan inovasi pemasaran dengan berbasis online (*e-commerce*) dengan bobot yang didapat yaitu sebesar 0,353.

#### **6.2 Saran**

Beberapa hal yang perlu mendapatkan perhatian dan penyempurnaan dalam penelitian lebih lanjut adalah:

1. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan metode dalam perumusan strategi pemasaran yaitu dengan pendekatan evaluasi bauran pemasaran atau pendekatan lainnya
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan evaluasi terhadap rumusan strategi yang dibuat pada penelitian ini sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya

