

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, maka dapat dikemukakan pokok-pokok kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menghasilkan implementasi strategi pemasaran Depot Rawon Setan dengan menggunakan strategi *marketing mix*, dengan strategi tersebut pihak pengelola akan terus melakukan pembaruan dari segi manapun mengikuti perkembangan jaman. Ini dilakukan demi mempertahankan kesetiaan para konsumen.
2. Bahwa pada saat ini usaha depot Rawon Setan telah menggunakan strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar (*differentiated marketing*). Pihak Depot telah melakukan dengan baik namun ada beberapa sektor yang harus diperbaiki. Hal ini dimaksudkan agar pihak Depot Rawon Setan mampu mempertahankan para konsumen atau pelanggan.

B. Saran

Dalam penelitian ini perlu kiranya disampaikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi pihak depot Rawon Setan maupun bagi pihak-pihak yang memerlukannya yaitu:

1. Tetap menjaga kualitas cita rasa dan kandungan produk rawon serta varian menu lainnya. Hal ini bertujuan untuk

mempertahankan para pelanggan agar tetap loyal terhadap depot Rawon Setan.

2. Dapat menetapkan harga murah dengan *diferensiasi* harga yaitu menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya dalam hal ini persepsi terhadap keunggulan kualitas produk, mempertahankan kehalalan produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik serta *brand image* yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.
3. Melakukan promosi secara berkala melalui berbagai media, hal ini dimaksudkan untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat serta dapat meningkatkan tingkat penjualan.