

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian pada Warung Makan Mama Rita, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Warung Makan Mama Rita meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan makanan berkualitas dan higienis dengan harga yang terjangkau , memaksimalkan pelayanan konsumen, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan mempertahankan citra dan kepercayaan warung makan mama rita.
- 2) Nilai tertimbang internal faktor evaluasi (IFE Matrix) adalah 2,84 yang mengindikasikan bawah posisi internal yang sangat kuat. Sedangkan nilai tertimbang matrix eksternal faktor evaluasi (EFE Matrix) adalah 2,85 yang mengindikasikan bawah warung makan mama rita dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi usaha warung makan mama rita relatif kuat.
- 3) Kondisi warung makan mama rita berada kuadran pertama, hal ini menunjukkan bahwa warung makan mama rita berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan secara maksimal memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan.

5.2 SARAN

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan di atas , maka saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1.Mengusahakan promosi dilakukan dengan cara yang kreatif sehingga dapat membuat pelanggan tertarik. Jangan lupa untuk melakukan promosi secara konsisten dan berulang kali. Dapat juga melakukan promosi melalui media sosial. Meningkatkan strategi promosi biasanya di lakukan melalui media sosial, misalnya seperti facebook,whatsapp,twiter,dan line agar bisa memperkenalkan warung makan mama rita.

2.Warung makan mama rita sebaiknya terus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk dapat meraih peluang yang ada dengan meminimalkan ancaman yang ada seperti pesaing dan kualitas makan. Hal ini meningkatkan daya saing pesaingnya

3.Pemilik warung makan mama rita sebaiknya mengikuti terus perkembangan pasar, sehingga bertahan dalam persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 2008, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan,
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Bambang, Hariadi. (2005). Strategi Manajemen. Jakarta: Bayumedia Publishing. Bandung
- Damos Sihimbing. Erlangga. Jakarta
- David, Fred R. (2004). Manajemen Strategis. Jakarta: PT. Indeks kelompok
- David, F.R. 2011 manajemen strategis konsep. Salemba Empat Jakarta edisi revisi, cetakan ketujuhbelas, Penerbit : Alfabeta, Bandung Yazid. 1999.
- Engel, J.F. et al. 1994. Perilaku Konsumen. Jilid I. Alih bahasa: Agus Maulana. Erlangga. Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2016. Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Jakarta, Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Armstrong. (2008). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid . Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong ,(2012) principles of marketing ,15 thn Edition
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2001. Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi ke delapan.
- Kurtz (2000) contemporary 14 thn New York : sound Cengage learning
- Kurtz (2000) contemporary new York : sound cengage learning
- Methods Sourcebook Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. Qualitative Data Analysis, Mudrajad, Kuncoro. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif.
- Pearce, E. C. (2014). *Anatomi dan Fisiologi Untuk Paramedis*. Jakarta: Gramedia

- Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
Penerbit : Raja Grafindo, JakartaPT. Gramedia Pustaka UtPT.
Gramedia Pustaka. *Pustaka Utama*
- Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.
Jakarta:
- Rangkuti, Fredy, 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan
pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen
dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Sastroasmoro S. Dasar-dasar metodologi penelitian klinis. Jakarta: Erlangga
2008. Sagung Seto.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Administrasi, dilengkapi dengan Metode
R&D,
- Sugiyono. 2006. Metodologi Penelitian Administratif Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Cetakan ke-10. Alfabeta.
Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Umar, Husein, 2002, Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
Utam

KUEISIONER

I. Identitas Responden

Nama Responden :
Tempat Tanggal Lahir :
Jenis kelamin :
Pekerjaan :

II. Daftar Pertanyaan

Petunjuk : jawablah pertanyaan berikut sesuai keadaan yang terjadi tempat tersebut.

No	Faktor Penentu	Bobot			
		1	2	3	4
1	Bagaimana warung makan mama rita menjaga mutu ,kualitas, dan makanan yang higienis				
2	Bagaimana warung makan mama rita memperhatikan setiap permintaan dan kebutuhan konsumen				
3	Lokasi yang strategis				

No	Faktor Penentu	Bobot			
		1	2	3	4
1	Bagaimana warung makan mama rita menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan				
2	Bagaimana cara dari warung makan mama rita untuk meningkatkan kepercayaan dari konsumen				
3	Ada banyak pekerja yang mau membeli makanan cepat saji.				

No	Faktor Penentu	Bobot			
	Kelemahan	1	2	3	4
1	Kurangnya tenaga kerja				
2	Harga				
3	Kurangnya promosi				

No	Faktor Penentu	Bobot			
	Ancaman	1	2	3	4
1	Pesaing baru yang masuk				
2	Warung makan sejenis yang sudah ada sejak lama.				
3	Promosi dari warung makan lain lebih baik				