

BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Strategi pemasaran merupakan rancangan yang menguraikan ekspetasi perusahaan akan berdampak dari segala aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan atas produk atau pasar tertentu, sehingga dalam serangkaian upaya terhadap perusahaan seperti halnya melakukan promosi hasil dari produk yang dapat menarik perhatian para pembeli atau konsumen, dengan harga yang bersaing dan kualitas yang mampu mencukupi selera pembeli.

Kepuasan konsumen apa yang dirasakan oleh konsumen sesudah melakukan perbandingan dengan apa yang diinginkan dan diharapkan. Kepuasan konsumen adalah sikap, nilai dan tanggapan emosional yang diperhatikan oleh konsumen setelah membeli atau mengkonsumsi dari yang diperoleh untuk membandingkan kesan menggunakan produk atau jasa tersebut. Indikator kepuasan konsumen yaitu, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Sementara faktor pendukung kepuasan konsumen menurut Aritonang (2023) yaitu , kinerja karyawan, kemudahan akses mendapatkan produk , kesenangan dan kenyamanan. Menurut Agung (2018) faktor pendukung kepuasan konsumen yaitu, kualitas jasa, kualitas produk, faktor situasional, faktor personal/emotional faktor.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan di CV. Ehas Biru Indonesia, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan tabel matriks IFAS dan EFAS diketahui bahwa nilai dari IFAS adalah 3,95 dan nilai dari EFAS adalah 3,27. Dari analisis tersebut menyatakan bahwa pada diagram SWOT berada pada kuadran I yang berarti strategi yang tepat untuk diterapkan oleh CV. Birru Ehas Indonesia adalah dengan meningkatkan penjualan melalui strategi agresif, dimana perusahaan masuk ke dalam fase growth yang berkonsentrasi melalui integrasi horizontal dimana perusahaan

telah berkembang dan menjadi kuat serta mempunyai peluang yang besar.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran kepada pihak yang terkait:

1. Bagi Pengusaha
 - a. CV. Birru Ehas Indonesia mulai dengan merenovasi atau memperluas tempat usaha sehingga dapat menampung kapasitas konsumen yang lebih banyak.
 - b. CV. Birru Ehas Indonesia harus meningkatkan kualitas produk serta pelayanan agar tetap terjalin hubungan yang baik dengan konsumen sehingga merasa puas dan loyal dengan perusahaan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi para akademisi dan peneliti mendatang yang terkait dengan topik ini, untuk meningkatkan kualitas penelitian ini baik melalui penambahan variabel-variabel baru maupun penggunaan metode penelitian yang lebih canggih.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan yang ada pada penelitian ini. Untuk peneliti selanjutnya peneliti berharap dapat dipakai sebagai referensi serta dapat mengembangkan penelitian ini.