

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan (*conclusion*)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Restoran Grand Kartika Kota Gunungsitoli, maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Setelah mendeskripsikan hasil temuan penelitian, maka berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan dan dengan melakukan pengamatan dan wawancara kepada responden pada objek penelitian,

maka penulis dapat melakukan hasil penelitian adalah, Restoran Grand Kartika menawarkan berbagai produk, termasuk makanan, minuman, dan pelayanan. Komponen produk mencakup aspek rasa, harga, nama, reputasi restoran, serta suasana dan pelayanan. Faktor kualitas produk dan layanan sangat penting untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal penetapan harga, Restoran Grand Kartika memiliki daftar harga yang bervariasi untuk makanan dan minuman. Penetapan harga perlu memperhatikan nilai yang diberikan oleh restoran dan memastikan kesesuaian dengan preferensi konsumen. Strategi promosi dilakukan melalui media sosial, terutama *facebook*. Namun, perlu perhatian lebih terhadap frekuensi promosi agar dapat menarik minat konsumen secara konsisten. Evaluasi strategi promosi diperlukan untuk memastikan kesesuaian dengan kebiasaan dan preferensi konsumen di Kota Gunungsitoli. Lokasi Restoran Grand Kartika dipilih dengan pertimbangan mudah dijangkau dan berada di pusat kota daerah kodim. Namun, ada catatan bahwa lokasi masih kurang strategis karena jauh dari jalan umum. Kendala-kendala dalam efektivitas *marketing mix*, seperti kualitas produk dan layanan, penetapan harga, strategi promosi, lokasi, faktor lingkungan, dan persaingan, perlu ditangani secara mendalam. Evaluasi menyeluruh dan adaptasi terhadap perubahan pasar diperlukan untuk meningkatkan daya tarik dan bersaing di pasar kuliner. Dengan melakukan perubahan dan peningkatan pada aspek-aspek tersebut, Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli dapat meningkatkan daya tariknya dan berhasil bersaing dalam pasar kuliner. Evaluasi kontinu dan respons terhadap umpan balik konsumen juga penting untuk menjaga kualitas dan relevansi dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

2. Efektivitas *marketing mix* pada Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli pada saat ini sudah cukup baik hanya saja perlu diterapkan lagi secara mendalam agar bisa meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan daya tarik konsumen. Restoran Grand Kartika memiliki

pendekatan holistik dalam strategi produk, harga, promosi, dan distribusi. Fokus pada kualitas, variasi menu, dan pelayanan ramah, membuatnya menjadi pemain signifikan di industri kuliner Gunungsitoli. Meskipun lokasi kurang strategis, tetapi potensi promosi masih dapat ditingkatkan

3. Kendala pada Restoran Grand Kartika yaitu perlu memperhatikan kualitas produk dan layanan agar tetap memenuhi ekspektasi pelanggan. Penyesuaian dalam penetapan harga dan strategi promosi diperlukan untuk meningkatkan daya saing. Evaluasi strategi lokasi juga penting untuk memastikan aksesibilitas yang optimal.

5.2 Saran (*Recommendation*)

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan terkait dengan Efektivitas *marketing mix* dalam menarik minat konsumen Pada Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Implementasikan evaluasi rutin untuk memastikan setiap elemen *marketing mix* selalu sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Identifikasi area-area potensial untuk peningkatan, seperti penyesuaian harga, promosi yang lebih aktif, dan peningkatan kualitas, sehingga Restoran Grand Kartika tetap bersaing di pasaran.
2. Terapkan inovasi dalam strategi promosi, seperti kerjasama dengan influencer lokal dan peningkatan aktivitas promosi untuk meningkatkan visibilitas. Berfokus pada pelatihan karyawan untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih baik, memastikan setiap kunjungan menciptakan pengalaman positif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian berikutnya dan kiranya mengembangkan penelitian ini dengan ditekankan pada objek dan sudut pandang yang lebih rinci sehingga akan dapat memberi variasi dan memperkaya ilmu pengetahuan terhadap Implementasi *marketing mix*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna, dengan adanya kelemahan, kekurangan, dan keterbatasan yang perlu diperbaiki. Peneliti melihat hal ini sebagai kesempatan pembelajaran yang berharga bagi dirinya dan untuk penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti ingin menguraikan kekurangan, kelemahan, dan keterbatasan yang ditemui.

1. Kekurangan yang ditemukan adalah kurangnya eksplorasi teori yang dapat memperkaya penelitian dan hasilnya. Peneliti menyadari bahwa keterbatasan waktu dan kesibukan lainnya telah membatasi upaya untuk melakukan eksplorasi teori yang lebih mendalam. Menurut peneliti, peningkatan dalam menggali teori adalah penting untuk memperkaya wawasan dalam bidang ilmu manajemen.
2. Peneliti menghadapi kendala teknis di lapangan yang secara tidak langsung mempengaruhi tingkat keberhasilan penelitian. Ketika memilih metode penelitian kualitatif, peneliti menyadari bahwa membangun interaksi yang substansial dengan subjek dan objek penelitian memerlukan waktu dan usaha yang signifikan.

5.4 Rekomendasi Penelitian

1. Restoran Grand Kartika sebaiknya mengkaji ulang dalam menetapkan efektifitas pasar terkait promosi yang menarik untuk memikat hati konsumen
2. Penentuan harga untuk pada supaya Restoran Grand Kartika ditinjau kembali serta cita rasa dan aneka menu makananan dan minuman sesuai selera konsumen hanya kalangan ekonomi menengah ke atas.
3. Perlu desain pada eksterior dan interior suasana di Restoran Grand Kartika
4. Adanya ruang atau taman bermain bagi anak di Restoran Grand Kartika