

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian persepsi konsumen terhadap pemasaran yang dilakukan usaha kecil dan menengah ROULé, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Usaha kecil dan menengah dibidang kuliner seperti ROULé ini dapat menggunakan pemasaran media sosial Instagram. Dimana, dengan penggunaan Instagram ini, nama ROULé dapat dikenal oleh orang lain atau pasar penjualan ROULé akan lebih luas. Hal ini dikarenakan media sosial Instagram dapat digunakan bagi seluruh kalangan umur maupun *gender*. Seperti konsumen ROULé yang terdiri dari umur 15 tahun sampai lebih dari 30 tahun.
2. Strategi pemasaran menggunakan media sosial Instagram ini yaitu pengupdatetan yang terus menerus dilakukan, contohnya 1 kali dalam sehari mengupload foto produk beserta penjelasannya. Hal ini bertujuan agar nama atau merek produk tersebut tidak mati atau bahkan bisa lebih dikenal banyak orang. Selain itu pembuatan *content* (desain) yang menarik juga harus diperhatikan.
3. ROULé juga menjaga nama baik produk dengan cara terus memperhatikan kualitas agar tetap sama, memberikan pelayanan yang baik, memberikan harga yang pas, dan adanya konsisten terhadap produk ROULé. Dengan berbagai aspek tersebut pembeli atau konsumen tentunya akan merasa percaya dengan produk tersebut.
4. Sebelum adanya rasa percaya itu muncul para pembeli akan melalui proses perubahan kesadaran merek dimana berawal dari AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*). Hal ini lah yang dimaksud dengan persepsi konsumen terhadap pemasaran yang telah dilakukan ROULé.

5. Persepsi konsumen akan produk ini adalah ROULé sudah berhasil memasarkan produknya secara baik, baik dari segi kualitas yang sudah terjamin, segi pelayanan yang baik, juga segi memasarkan produk sehingga berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti dapat memberika saran bagi ROULé sebagai berikut :

1. Penggunaan sosial media untuk memasarkan Usaha Kecil dan Menengah seperti ROULé perlu digalakkan terutama terhadap konsumen milenial.
2. Pengupdate-an dalam upaya pemasaran lebih baik dilakukan secara terus menerus namun tetap teratur dimana, jangan hanya 1 kali melakukan update dalam sehari. Tidak lupa dengan menciptakan desain yang selalu menarik.
3. Terus tingkatkan kualitas maupun pelayanan ROULé agar semakin baik serta mempertahankan konsistensi produk dan harga yang tetap terjangkau.
4. Proses AIDA yang disebabkan oleh pemasaran harus dialami oleh para konsumen. Karena tanpa adanya hal tersebut produk tidak akan pernah terjual atau dengan kata lain tidak ada pelanggan tetap yang tentunya juga tidak ada rasa percaya akan suatu produk.
5. Memaksimalkan penggunaan Instagram seperti salah satunya Instagram Ads Pemasaran yang dilakukan ROULé dapat dikembangkan dengan memaksimalkan penggunaan Instagram Ads.