

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan dan analisis data yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Cita rasa yang ditawarkan Yom Yom Okonomiyaki sangat menentukan penerimaan produk tersebut oleh konsumen, dimana mayoritas 25 dari 30 responden berpendapat bahwa cita rasa Yom Yom Okonomiyaki adalah enak.
2. Yom Yom Okonomiyaki sangat memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, mengingat tekstur produk merupakan salah satu karakteristik dalam kualitas makanan, dimana 17 dari 30 orang berpendapat bahwa tekstur produk yang ditawarkan Yom Yom Okonomiyaki adalah lembut.
3. Sebagaian besar responden Yom Yom Okonomiyaki tidak setuju bila varian rasa chicken dihilangkan dan menambahkan varian rasa cheese. Hal ini menunjukkan bahwa varian rasa sangat penting bagi konsumen, mengingat konsumen memiliki selera yang berbeda-beda, sehingga dengan adanya varian rasa dapat memberikan alternatif kepada konsumen.

4. Pada segi kemudahan pemesanan mayoritas responden setuju penjualan Yom Yom Okonomiyaki hanya melalui pre-order saja dan mayoritas responden pendapat bahwa instagram merupakan media tambahan yang cocok untuk melakukan pemesanan pre-order. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen menginginkan adanya kemudahan dalam mendapatkan produk Yom Yom Okonomiyaki, sehingga perlu mempertimbangkan adanya sistem *pre order* kepada pelanggan sebagai upaya strategi diferensiasi pelayanan
5. Pada segi pengiriman sebagian besar responden memberikan setuju jika Yom Yom Okonomiyaki melakukan kerjasama dengan jasa *Delivery* makanan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menginginkan adanya kemudahan mendapatkan produk tanpa harus mendatangi tempat (*Delivery Order*). Disamping itu, ini juga merupakan salah satu strategi diferensiasi pelayanan yang dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk Yom Yom Okonomiyaki.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka saran dan masukan yang dapat diberikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan harus segera melaksanakan hasil dari peneitian yang akan dijadikan pertimbangan untuk pengembangan perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini menjadi bahan rujukan, dan diharapkan untuk mencari referensi variabel lainnya sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian masih terdapat beberapa keterbatasan yang masih dirasakan dalam penelitian, antara lain adalah:

1. Dalam penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara lebih mendalam persepsi konsumen akan produk Yom Yom yang dapat dilakukan melalui wawancara.

