

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dengan meninjau pengelompokan konsumen Fritto Chicken dari sisi psikografis serta demografis, simpulan berikut diperoleh berdasarkan pembahasan dan pengkajian yang telah dilaksanakan:

1. Mayoritas kunjungan tampak berasal dari kelompok perempuan. Berdasarkan karakteristik partisipan, tercatat 31 orang termasuk Generasi Z, 36 orang memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000, 38 orang berstatus kawin, dan 27 orang berada pada kelompok umur 35–44 tahun. Selain itu, jumlah partisipan perempuan mencapai 77 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung lebih banyak didominasi oleh perempuan.
2. Secara psikografis yang terbentuk adalah *cluster-cluster* dimana *cluster* dibagi menjadi 8 kelompok yang kemudian mendapatkan hasil yaitu, *cluster 2* dominan pertama sebanyak 36 responden yang diberi nama “**konsumen sosialitas**” yaitu konsumen yang melakukan pembelian dikarenakan kelompok sosial nya melakukan pembelian di sana. Kemudian disusul dengan *cluster 8* dominan kedua sebanyak 28 responden yang diberi nama “**konsumen karir**” yaitu konsumen yang aktif mencari informasi produk baru, melakukan pembelian disaat sibuk bekerja, dan menghemat waktu. Terakhir *cluster 5* dominan ketiga sebanyak 14 responden yang diberi nama nama “**konsumen aktif**” yaitu konsumen yang melakukan pembelian pertama, puas dengan rasa yang ditawarkan serta puas dengan jasa yang diberikan.

6.2 Saran

Saran-saran yang diajukan meliputi hal-hal berikut, yang ditujukan bagi peneliti pada masa mendatang serta pihak Fritto Chicken, dengan harapan rekomendasi tersebut kelak membawa manfaat, sebagaimana dirumuskan penulis sesudah memperoleh hasil akhir penelitian:

6.2.1 Bagi Perusahaan Fritto Chicken

Penelitian ini dilakukan untuk membahas segmentasi pasar Fritto Chicken secara demografis dan psikografis maka dapat diketahui bahwa jenis pelanggan yang sering berkunjung ke *Fritto Chicken* diambil 3 *cluster* terbanyak yang terdiri dari *cluster 2*, 8 dan 5 pelanggan berjenis ini merupakan golongan terbanyak dan paling sering berkunjung ke *Fritto Chicken*, oleh sebab itu diharapkan kepada perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang sekiranya akan memancing lebih banyak konsumen dari ke tiga *cluster* tersebut, sehingga nantinya akan meningkatkan profit perusahaan, berikut dibawah ini saran untuk ketiga *cluster* yang paling dominan:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Pada *Fritto Chicken* dengan pengujian 8 *cluster*, *cluster* dominan pertama terdapat pada *cluster 2* sebanyak 36 konsumen dengan nilai 4.82 jenis ini seperti yang diketahui *cluster 2* dikelompokkan sebagai “**konsumen sosialitas**”sesuai dengan indikator pernyataan 10 “Saya membeli *Fritto Chicken* karena kelompok sosial

saya juga melakukan pembelian disana.”. Untuk dapat memperbaiki pelayanan diharapkan kepada perusahaan untuk menyediakan satu *bucket* ayam, nasi, dan minuman yang dapat dinikmati kelompok organisasi dengan kisaran harga lebih rendah dibandingkan satuan untuk dapat menyesuaikan kebutuhan kelompok tersebut. Sehingga nantinya diharapkan sekelompok tersebut lebih sering berkunjung bersama kelompok sosialnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian *cluster* dominan kedua di tetapkan pada *cluster* 8. Pada *cluster* 8 terdapat 28 konsumen dengan nilai 4.79 dengan jenis ini seperti yang diketahui adalah **konsumen karir**” yaitu konsumen yang aktif mencari informasi produk baru sesuai dengan indikator pernyataan 13 “Saya membeli di *Fritto Chicken* karena menghemat waktu.”, melakukan pembelian disaat sibuk bekerja, dan menghemat waktu. *Fritto Chiken* sudah baik dalam melakukan promosi melalui sosial media seperti instagram dan facebook. Agar tetap memelihara kualitas pelayanan diharapkan kepada perusahaan agar terus *update* melakukan promosi menu baru lewat sosial media instragram dan facebook. Perusahaan hendaknya update SDM dalam hal kecepatan penyajian, dan menindak lanjuti keluhan *customer* pelayanan untuk makanan khusus seperti maksimal penyajian makanan dalam kurun waktu 5 – 10 menit.
3. *Cluster* dominan ketiga terdapat pada *cluster* 5. Dalam penelitian ini terdapat 14 konsumen dengan nilai 5.00 jenis ini seperti yang diketahui *cluster* 5 adalah **konsumen aktif**” yaitu konsumen yang melakukan pembelian pertama, puas dengan rasa yang ditawarkan serta puas dengan jasa yang diberikan, sesuai dengan indikator pertanyaan 12 “Saya senang membeli makanan di *Fritto Chicken* karena puas dengan rasa yang ditawarkan”. Sehingga diharapkan kepada perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanan, membuat desain *outlet* kekinian, nyaman dan harga yang relatif menarik konsumen. Perusahaan harus turut aktif dalam mencari tau kualitas pelayanan di *outlet*, bisa dengan aktif bertanya kepada *customer* dengan pelayanan yang diberikan apakah membuat suasana nyaman atau perusahaan juga bisa aktif mencari feedback dari customer mengenai kenyamanan, kebersihan, SDM yang melayani baik secara internal dan eksternal selama mereka melakukan transaksi di *outlet Fritto Chiken*.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai segmentasi pasar pada variabel demografis dan psikografis dan tidak hanya berfokus kepada segmentasi namun juga membahas tentang *targeting* dan *positioning*.