

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di jelaskan pada bab IV mengenai Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Joglo Maqha Kudus, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli pada konsumen di Joglo Maqha Kudus

Pada tahap pelaksanaan penerapan Strategi Pemasaran ini, upaya yang dilakukan oleh pihak joglo yaitu dengan beberapa tahapan, antara lain yaitu: Mengenalkan Produk, *Marketing Mix*, promosi, meningkatkan *Brand Awereness*. Selain strategi pemasaran, pihak Joglo Maqha kudus juga mengedepankan kualitas pelayanannya dalam berjualan, antara lain yaitu: bukti fisik, hal ini menjelaskan bahwa Joglo Maqha kudus ini sudah terbukti dan terdapat juga fasilitas yang mendukung seperti tersedia tempat parkir dan menerapkan budaya pelayanan 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). Selain bukti fisik, terdapat juga mengenai keadaan. Dijelaskan bahwa keadaan pada tahap ini yaitu produk yang di tawarkan beraneka ragam menu yang di butuhkan saat nongkrong. Lalu daya tanggap kepada konsumen cukup baik, dengan memaksimalkan pelayanan kepada konsumen, dapat menerima masukan baik secara kritik maupun saran.

2. Hambatan yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Joglo Maqha Kudus

Beberapa hambatan yang terjadi pada waktu pelaksanaan penerapan strategi pemasaran yaitu persaingan, dalam dunia bisnis, hal yang paling sering terjadi yaitu sebuah persaingan dalam memasarkan sebuah produk yang ada di Joglo Maqha ini, karena itu salah satu hambatan yang tergolong lumayan sulit dalam memasarkan produk atau barang di toko ini. Lalu hambatan selanjutnya yaitu harga, dalam menentukan sebuah harga pemilik toko masih mempertimbangkannya, dikarenakan harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan tingkat keberhasilan dalam pemasaran maupun keuntungan. Selain ada hambatan pada penerapan strategi pemasaran,

terdapat juga hambatan saat pihak toko menerapkan sistem kualitas pelayanan, antara lain yaitu kurangnya penerapan yang sering disingkat 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun) kepada konsumen dan ke-peka-an dalam merespon konsumen.

3. Langkah-langkah yang dilakukan dalam mengatasi Hambatan yang Terjadi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Joglo Maqha Kudus

Dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada saat pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Beli pada Konsumen di Joglo Maqha Kudus yaitu antara lain menjaga kualitas produk, harga produk di Joglo Maqha, promosi dan memberikan pelayanan secara maksimal.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan penelitian selanjutnya yang meneliti mengenai penerapan strategi pemasaran dan kualitas dalam pelayanan sebaiknya memperbanyak referensi sehingga dapat diperoleh hasil analisis yang lebih akurat.