

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Analisis tentang Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Di Omah Uwoh Pati

Ada 5 tahap Sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian yaitu:

###### a. Pengenalan Masalah atau kebutuhan

Proses pembeli dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari pembeli atau dari luar. Jadi dari tahap inilah proses pembelian mulai dilakukan.

Hal inilah yang terjadi di Omah Uwoh bahwa konsumen yang datang mengikuti keinginan lebih sedikit dibandingkan konsumen yang benar-benar membutuhkan. Untuk konsumen yang dalam pembeliannya hanya karena keinginan tidak bisa dikatakan benar-benar membutuhkan, tetapi karena mengikuti perkembangan dunia bisnis kuliner agar tidak ketinggalan trend yang saat ini lagi booming. Sedangkan untuk konsumen yang benar-benar membutuhkan, mereka akan datang langsung ke Omah Uwoh.

###### b. Pencarian Informasi

Setiap konsumen sebelum melakukan pembelian pasti akan mencari sebuah informasi terlebih dahulu. Seperti yang terjadi oleh beberapa narasumber yang melakukan pembelian makanan atau minuman di Omah Uwoh.

Biasanya informasi yang dicari yaitu produk, harga, promosi. Untuk mencari informasi tersebut ada yang datang langsung ke Omah Uwoh dan ada juga yang melihat dari sosial media.

c. Evaluasi Alternatif

Disetiap melakukan pembelian makanan/minuman di Omah Uwuh para konsumen akan mempunyai pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Hal yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah dari produk, harga, dan promosi yang syaratnya rumit.

d. Keputusan membeli atau tidak

Konsumen akan menemukan titik terakhir dalam proses pembelian, konsumen akan berhenti mencari informasi dan berhenti melakukan evaluasi untuk segera membuat keputusan pembelian.

Sebagai hasil dari keinginannya untuk segera melakukan pembelian makanan/minuman, mereka mengatakan bahwa setelah sampai di Omah Uwuh akan mencari makanan/minuman yang diinginkan, disinilah terkadang konsumen akan tertarik dengan varian menu lain yang ditawarkan, meskipun harga menjadi kendala dan tidak menjadi kendala.

Kemudian konsumen akan mempertimbangkan makanan/minuman yang akan dibelinya. Keputusan membeli akan diambil oleh konsumen ketika sudah memutuskan makanan/minuman yang akan dibeli antara keinginan atau kebutuhan dari segi harga tersebut. Dari hasil wawancara konsumen Omah Uwuh, bahwa sebagian ada yang memilih kebutuhan dan ada yang memilih keinginan lebih utama, ada juga yang memilih untuk membeli keduanya.

Sehingga harga makanan/minuman yang mahal sudah tidak lagi menjadi kendala, selama uang yang ada dikantong cukup untuk melakukan pembelian makanan/minuman yang akan dibeli.

e. Perilaku setelah pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian, karena mungkin harga barang dianggap

terlalu mahal, atau mungkin karena tidak sesuai dengan keinginan gambaran sebelumnya dan sebagainya. Seperti konsumen di Omah Uwoh yang akan melakukan pembelian ulang makanan/minuman di Omah Uwoh ketika promosi yang dijalankan syaratnya tidak rumit, ada penambahan fasilitas, dan tambahan varian menu yang ditawarkan.

Konsumen sering berubah-ubah dalam perilakunya menghadapi perubahan konsumen merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Maka perusahaan harus selalu siap menghadapinya. Bahkan kalau perlu harus dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa. Dalam situasi yang demikian, perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan konsumen. Itu semua dilakukan untuk mendorong atau memotivasi dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.

## **2. Analisis tentang Perilaku Konsumen dalam Menilai Promosi Diskon Kartu Member di Omah Uwoh Pati.**

Dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Omah Uwoh melalui diskon kartu member, pemilik belum mendapatkan hasil yang memuaskan. Karena banyaknya konsumen yang tidak berminat dengan diskon kartu member yang ditawarkan di Omah Uwoh. Selain itu, syarat untuk mendapatkan diskon menggunakan kartu member terlalu rumit.

Dengan adanya faktor tersebut, seharusnya pemilik Omah Uwoh melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran terutama strategi promosi yang sudah dijalankan, dan kemudian dapat menyusun strategi pemasaran atau strategi promosi yang lebih efektif dari sebelumnya untuk mendapatkan hasil/target yang diinginkan.



## B. Saran-Saran

Dari penelitian penulis yang dilaksanakan, maka penulis mempunyai beberapa saran yang sekiranya dapat meningkatkan dan memiliki dampak positif bagi keberlangsungan bisnis Omah Uwuh.

1. Diharapkan Omah Uwuh Pati dapat lebih mengoptimalkan sarana atau fasilitas untuk promosi dan berinteraksi dalam bisnis sehingga dapat meningkatkan penjualan yang lebih tinggi.
2. Diharapkan agar Omah Uwuh Pati untuk memberikan peran yang lebih kepada karyawan dalam mengelola sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.

## C. Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian atau riset sebelumnya, sehingga penelitian memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai waktu, biaya dan data yang diperoleh sehingga hasil penelitian kurang maksimal.

## D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak dhari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan

saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan. Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. *Amin*

