

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan terhadap data-data penelitian guna mengungkap dan menjawab permasalahan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Hasil penelitian dari karakteristik segmentasi pasar pada makanan khas PD PATEN di Pematangsiantar adalah bahwa sebagian besar konsumennya adalah laki-laki, berusia antara 24 sampai 33 tahun yang terdiri dari suami isteri dengan anak di atas enam tahun, dengan pendidikan Sekolah Lanjutan Atas dan bekerja pada bidang pengusaha atau wiraswasta. Penghasilan konsumennya umumnya berkisar antara Rp 2.000.000,- sampai Rp.3.000.000,- Konsumen ini mempunyai tempat tinggal yang jauh dari toko PD PATEN, yaitu berjarak antara 7,5 sampai 10 Km, dan berkunjung ke toko PD PATEN di atas enam kali dalam sebulannya. Konsumen umumnya Berbelanja di toko lain yang mempunyai kemiripan dengan toko PD PATEN yang anda inginkan, jika toko PD PATEN tutup atau libur
2. Keputusan pembelian konsumen makanan khas PD PATEN di Pematangsiantar, adalah jika sudah mengetahui keberadaan dan merasakan produk-produk PD PATEN, konsumen akan mengarahkan dan mempengaruhi kebutuhannya pada produk-produk PD PATEN. Konsumen juga sangat mempengaruhi tentang keberadaan toko PD PATEN tersebut.

Untuk dorongan melakukan evaluasi alternatif pada beberapa produk seperti produk PD PATEN, umumnya konsumen agak dipengaruhi oleh PD PATEN dalam memutuskan tempat untuk membeli. Dalam kesan terhadap produk PD PATEN konsumen agak pasti dan agak puas

3. Dalam penelitian ini, terdapat pengaruh yang positif karakteristik segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian konsumen makanan khas PD PATEN di Pematangsiantar Sehingga konsumen mempunyai keputusan tersendiri dalam membeli produk-produk PD PATEN.

5.2. Saran

Dari pengaruh antara karakteristik segmentasi pasar dengan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu untuk meningkatkan hal-hal tersebut dengan langkah-langkah seperti :

1. Perlunya meningkatkan kesan konsumen terhadap produk-produk PD PATEN dengan cara memperbaiki kemasan atau juga meningkatkan kualitas produk-produk tersebut, seperti : rasanya
2. Peningkatan kepuasan konsumen juga perlu diciptakan dengan cara pelayanan yang baik dan produk-produk yang enak dilihat dan dirasakan oleh konsumen.