

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh perbedaan segmentasi pengguna aplikasi mobile berbasis makanan pada ruang lingkup di Bandung yang dapat disegmentasikan dalam beberapa kategori yaitu Segmentasi aplikasi makanan terlepas Utilitarians, Segmentasi aplikasi makanan yang berkaitan dengan makanan dan nutrisi, Segmentasi aplikasi makanan yang berhubungan dengan pecinta makanan, Segmentasi aplikasi dan makanan terlepas yang muncul berdasarkan indikator-indikator yang mewakili pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile berbasis makanan.

Keempat segmentasi tersebut muncul berdasarkan beberapa indikator yang sudah diuji baik secara statistik maupun secara empiris. Bertumpu pada setiap indikator tersebut, maka secara langsung segmentasi tersebut akan sesuai dengan indikator yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Berdasarkan indikator tersebut, pemasar dapat menyiapkan sasaran target pasar sesuai dengan segmentasi tersebut.

Jadi berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat kota Bandung setidaknya memiliki empat segmentasi yang berbeda dalam menggunakan aplikasi mobile berbasis makanan, diantaranya yaitu segmentasi aplikasi makanan terlepas Utilitarians, segmentasi aplikasi makanan yang berkaitan

dengan makanan dan nutrisi, segmentasi aplikasi makanan yang berhubungan dengan pecinta makanan, segmentasi aplikasi dan makanan terlepas. Dengan adanya beberapa segmentasi tersebut diharapkan dapat membantu pemasar dalam menentukan strategi yang sesuai dan tepat sasaran sesuai dengan masing-masing segmen sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Dan juga untuk gambaran umum responden secara keseluruhan dari penelitian ini berjumlah 216 responden. Untuk jenis kelamin 94 responden berjenis kelamin Pria, 122 responden berjenis kelamin Wanita. Untuk usia mayoritas responden penelitian ini adalah usia 18-24 Tahun yang berjumlah 177 responden, usia 25-34 tahun berjumlah 22 responden, usia 35-44 Tahun berjumlah 9 responden, dan usia 45-54 Tahun berjumlah 8 responden. Sedangkan untuk status pernikahan 173 responden penelitian ini belum menikah, dan 43 responden sudah menikah. Untuk Pendidikan mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 133 responden, Diploma sebanyak 23 responden, SMA/Sederajat 58 responden, dan Magister sebanyak 2 responden. Lalu untuk pendapatan perbulan mayoritas responden memiliki pendapatan perbulan berkisar 1.600.000-3.000.000 sebanyak 87 responden, responden memiliki pendapatan perbulan berkisar 3.100.000-4.500.000 sebanyak 23 responden, responden memiliki pendapatan perbulan berkisar 500.000-1.500.000 sebanyak 85 responden, sedangkan responden yang memiliki pendapatan perbulan >4.500.000 sebanyak 21 responden. Untuk aplikasi mobile berbasis makanan 213 responden memiliki aplikasi makanan sedangkan 3 responden tidak memiliki aplikasi berbasis makanan. Untuk merek ponsel yang digunakan responden

mayoritas responden menggunakan merek ponsel android sebanyak 143 responden,iphone sebanyak 74 responden,dan blackberry sebanyak 2 responden.Dan aplikasi makanan yang responden sukai mayoritas memilih Go-Food sebanyak 143 responden,Grab-Food sebanyak 44 responden,Zomato sebanyak 8 responden,pergi kuliner sebanyak 13 responden,dan lain-lain sebanyak 8 responden.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Jogiyanto (2013:146) menyatakan tidak ada riset yang sempurna. Semua riset pasti mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Periset yang berpengalaman memahami keterbatasan-keterbatasan yang terjadi. Keterbatasan-keterbatasan riset perlu disebutkan untuk diperbaiki di riset-tiset mendatang. Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang perlu diperbaiki untuk riset selanjutnya diantaranya yaitu

1. Ruang lingkup yang dilakukan oleh riset pendahulu dengan yang dilakukan peneliti saat ini secara geografis memiliki perbedaan, sehingga hasil penelitian mengenai Segmentasi Perilaku Pembelian Konsumen Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Berbasis Makanan mengalami ketidaksesuaiaan karena karakter responden tidak dapat disamakan.
2. Penelitian melibatkan subjek penelitian dalam jumlah yang terbatas dan hanya dilakukan di Kota Bandung saja.
3. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti,karena responden yang cenderung kurang teliti

terhadap pertanyaan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner.

4. Penelitian ini hanya berfokus pada Segementasi di Aplikasi berbasis makanan.

### 5.3 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian saat ini dibandingkan penelitian terdahulu menghasilkan beberapa implikasi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa bentuk implikasi penelitian diantaranya :

#### a. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat empat segmen pengguna aplikasi berbasis makanan dengan ciri-ciri yang dimiliki oleh setiap kriteria. Hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh suatu divisi *marketing* suatu perusahaan untuk mencapai efektivitas dalam proses pemasaran aplikasi yang akan diluncurkan.

#### b. Implikasi Metodologi

Hasil penelitian dapat dijadikan pendekatan-pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian lanjutan maupun penelitian lainnya guna mempermudah atau meningkatkan mutu dari penelitian.

### 5.4 Saran

Disadari bahwa perbedaan ruang lingkup penelitian mempengaruhi hasil penelitian yang berbeda atau adanya ketidaksesuaian. Ciri-ciri yang

ditentukan berdasarkan penelitian terdahulu kurang relevan pada ruang lingkup kota Bandung, sehingga responden kesulitan untuk menentukan segmentasi yang sesuai dengan aktivitas penggunaan aplikasi berbasis makanan mereka. Oleh karena itu, untuk menghasilkan penelitian yang lebih relevan sebaiknya peneliti melakukan proses analisis faktor untuk menciptakan segmentasi-segmentasi yang sesuai dengan karakteristik pengguna aplikasi berbasis makanan pada ruang lingkup Masyarakat Kota Bandung dan juga peneliti dapat mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pertanyaan kuesioner yang ada agar jawaban responden tepat sasaran dengan pertanyaan kuesioner yang ada.

Dan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini tidak hanya untuk melihat Segmentasi konsumen di Aplikasi Makanan saja tetapi dapat mengembangkan dengan melakukan penelitian pada Segmentasi pada Aplikasi belanja online yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat luas.