

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Segmentasi yang dilakukan Café Super Glu! meliputi segmentasi geografis; dipasarkan ke Wilayah Rungkut Surabaya dan Wilayah Surabaya bagian Timur, segmentasi demografis; konsumen Café Super Glu! kisaran 17-28 Tahun untuk kalangan anak sekolah, mahasiswa, hingga pekerja kantoran, segmentasi psikografis; café memasarkan kepada masyarakat yang produktif, dengan penghasilan rendah hingga menengah mengingat harga minuman yang kisar Rp 18.000 – Rp 25.000, segmentasi perilaku; café menawarkan kenyamanan dari segi pelayanan, lalu segi manfaat café menawarkan ruangan indoor yang space dan adanya diskon minuman.
2. Variabel segmentasi geografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Super Glu!.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat direkomendasikan saran sebagai berikut:

1. Café sudah menerapkan keempat variabel segmentasi pasar, tetapi sebaiknya café dapat memperbaiki segmentasi pasar agar pemasaran café lebih fokus terhadap variabel segmentasi demografis seperti umur (kaum milenial) dan jenis kelamin.

2. Café sebaiknya berfokus kepada segmentasi pasar yang ingin dituju sehingga dapat terus menjaga eksistensi dan tidak tergerus oleh persaingan café atau coffeeshop lainnya dengan contoh seperti; lebih giat untuk mempromosikan produk lewat sosial media, lalu membuat konten-konten untuk anak muda generasi milenial pada sosial media, mengikuti perkembangan inovasi minuman café, dan adanya diskon yang menguntungkan konsumen sehingga secara bertahap akan meningkatkana volume penjualan Café Super Glu!.