

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan citra merek yang dilakuka Bakso Mas Roy sudah memenuhi pengukuran citra merek, melalui kekuatan merek dan keunikan merek yang sudah dikenal masyarakat yakni “bakso tanpa tepung”. Namun, perusahaan perlu mempertahankan keunggulan mereknya ini agar tetap mempunyai citra rasa yang khas dari bakso yang lainnya agar itu tetap menjadi keunikan dari Bakso Mas Roy.
2. Penerapan *marketing mix* 4P yang dilakukan Bakso Mas Roy telah efektif dalam meningkatkan brand image. Namun, masih ada beberapa yang belum efektif seperti bagian produk kurang konsisten baksonya karena ukuran yang berbeda-beda dan mempengaruhi citra merek atau *brand image* dari Bakso Mas Roy karena jika ukuran kecil dapat mempengaruhi harga yang tidak sebanding dengan yang didapatkan yang nantinya bisa menimbulkan penilaian buruk dari konsumen.
3. Penerapan *marketing mix* 4P yang dilakukan Bakso Mas Roy cabang Merr telah efektif dalam meningkatkan brand image melalui dimensi *place* dan, *promotion*. Strategi pemasaran yang perlu diperbaiki adalah

product dan *Price* agar mampu menunjang dimensi lain dalam meningkatkan *brand image*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut merupakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan hasil dan temuan penelitian:

- 1) Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi landasan lebih lanjut terkait implementasi *marketing mix* 4P dalam meningkatkan *brand image* pada suatu usaha. Peneliti mengharapkan perbaikan dan penambahan teknik kepada peneliti berikutnya untuk meningkatkan akurasi dan efektivitas analisis. Selain itu, peneliti berharap agar penelitian di masa depan dapat lebih memperdalam pemahaman tentang bagaimana penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan *brand image* yang tepat dengan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap dinamika pasar.
- 2) Bagi Peneliti, dengan mendalami pemahaman teori yang telah dipelajari dalam konteks kondisi lapangan yang ada, peneliti dapat meraih pemahaman yang lebih mendalam tentang keterkaitan antara konsep teoritis dan praktik lapangan. Integrasi pengetahuan teoritis dengan pemahaman langsung dari situasi lapangan dapat memperkaya analisis penelitian, meningkatkan kualitas hasil penelitian, dan memberikan kontribusi berharga kepada literatur akademis.
- 3) Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana mengkreasikan sebuah produk untuk

membuat atau meningkatkan citra merek (*brand image*) yang tepat sasaran dan diharapkan dapat mengoptimalkan serta memperbaiki implementasi *marketing mix* agar bisa menjangkau pasar lebih luas dan memudahkan dalam meningkatkan *brand image* suatu usaha. Selain itu, para pebisnis dapat memiliki pengetahuan baru mengenai suatu penerapan strategi pemasaran atau bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menasar pangsa pasar generasi milenial.

- 4) Bagi Pihak Lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian di masa depan, terutama tentang pengembangan bisnis yang berkaitan dengan implemetasi *marketing mix*. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari penelitian ini, diharapkan dapat dikembangkan metode yang lebih inovatif dan efisien untuk membangun strategi pemasaran yang dapat meningkatkan *brand image* dalam suatu usaha.