

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai variabel-variabel di bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan gaya hidup konsumen restoran siap saji Kentucky Fried Chicken di Surabaya adalah segmen 1 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki gaya hidup dengan mengikuti tren mode yang selalu berkembang. Dan untuk segmen 2 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki gaya hidup dengan tinggal dalam lingkungan serba modern, Suka jika ruangan rumah tertata rapi, sempat berekreasi pada waktu liburan dan tipe orang pekerja keras.
2. Segmentasi berdasarkan kelas sosial konsumen restoran siap saji Kentucky Fried Chicken di Surabaya adalah segmen 1 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki kelas sosial dengan mengalami perubahan standar hidup di masa depan dan kedepannya mengalami perubahan tempat tinggal. Sedangkan untuk segmen 2 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki kelas sosial dengan bisa melakukan apa saja dengan mempunyai harta yang banyak, dan mempunyai keinginan pangkat yang lebih tinggi di perusahaan atau di luar.

3. Segmentasi berdasarkan kepribadian konsumen restoran siap saji Kentucky Fried Chicken di Surabaya adalah segmen 1 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki kepribadian seperti memiliki rasa percaya diri yang tinggi, tipe orang yang suka bergaul dengan siapa saja, dan tipe orang yang ambisius dalam segala hal. Sedangkan untuk segmen 2 dicirikan pada kelompok konsumen restoran siap saji KFC yang memiliki kepribadian seperti aktif dalam kegiatan sosial.

## 5.2 **Saran**

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada pihak manajemen Kentucky Fried Chicken di Surabaya lebih memperhatikan variabel Psikografik yang terdiri dari Gaya Hidup antara masyarakat dengan status pekerjaan konsumen.
2. Pada pihak manajemen Kentucky Fried Chicken di Surabaya lebih memperhatikan variabel Psikografik yang terdiri dari Kelas Sosial antara masyarakat dengan status Pendidikan.
3. Pada pihak manajemen Kentucky Fried Chicken di Surabaya lebih memperhatikan variabel Psikografik yang terdiri dari Kepribadian antara masyarakat dengan status Jenis kelamin, frekuensi kunjungan ke tempat makan siap saji lainnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Azwar, Syaifudin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basalmah, R. 2008. "Analisis Institute Pertanian Bogor Sebagai Perguruan Tinggi Badan Hukum Milik Negara". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institute Pertanian Bogor, Bogor.
- Chimot, Edouard, 2007, *Consumer Behavior and Marketing Action, Third Edition*, Alih Bahasa Anthony Than dan A. Subekti, Bumi Aksara, Jakarta.
- Cravens, David W. 2000. *Strategic Marketing*. 6th edition. Texas: Irwin Mc-Graw Hill.
- I Made Jatra 2007. "Analisis Segmentasi Indonet Cyber Media". Skripsi sarjana diterbitkan, Universitas Udayana Denpasar.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi
- Kasali, Rhenald. 2000. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama
- Kotler, P and Amstrong, (2008), *Manajemen Pemasaran Jilid II, 12th*. Edisi Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip, and G. Amstrong. 2006. *Principles of Marketing, Prentice Hall, Inc.* Edisi Indeks Jakarta.
- Kotler, P and K. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT Erlangga : Jakarta
- Malholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business; A Skill Building Approach*. 3rd edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sherly Wijaya. 2004. "Analisa Segmentasi, Penentuan Target dan Posisi Pasar pada Restoran Steak dan Grill di Surabaya". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES.

Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan. 2009. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta. Salemba Infotek.

Tjiptono, F. 1997. *Pemasaran 2000*. BPFE. Yogyakarta.

Umar, Husein. 2007. *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, Penerbit P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

This document was created using  
Smart PDF Converter  
To remove this message purchase the  
product at [www.SmartPDFConverter.com](http://www.SmartPDFConverter.com)