

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal adalah: membuat jamu godhog yang berkualitas dengan merek Jamu Godhog Khas Jogja dan selalu tersedia bagi konsumen; menyediakan jamu godhog yang beragam dan lengkap terdiri dari 19 jenis jamu racikan umum, 175 jenis jamu racikan khusus bukan komplikasi, dan 238 jenis jamu racikan khusus komplikasi; menetapkan harga jual jamu godhog sebesar Rp 7.000 untuk jamu godhog siap saji, Rp 30.000 untuk jamu godhog kemasan jenis racikan umum, dan Rp 45.000 untuk jamu godhog kemasan jenis racikan khusus; menyediakan fasilitas mushola dan toilet; memanfaatkan baliho, website, dan *e-commerce* untuk mengiklankan jamu; dan hubungan baik dengan masyarakat.
2. Persepsi konsumen terhadap produk, harga, tempat, dan promosi Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal adalah baik akan tetapi persepsi konsumen terhadap tempat Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal memiliki rata-rata skor persepsi konsumen terendah dimana indikator terendahnya adalah persepsi konsumen terhadap kebersihan dan kenyamanan mushola, dan persepsi konsumen terhadap kebersihan dan kenyamanan toilet.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai Jamu Godhog di CV Merapi Farma Herbal Hargobinangun Pakem Sleman Yogyakarta maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Fasilitas mushola dan toilet perlu lebih diperhatikan kebersihannya sehingga nyaman digunakan oleh konsumen.
2. Untuk meningkatkan penjualan di *e-commerce*, semua jenis jamu racikan khusus yang terdiri dari 175 jenis jamu racikan khusus bukan komplikasi dan 238 jenis jamu racikan khusus komplikasi dapat dibuat sampelnya kemudian difoto, selanjutnya masing-masing jamu tersebut ditampilkan satu-persatu dan diberi informasi secukupnya sesuai jamu yang ditampilkan.
3. Karyawan Merapi Farma Herbal khususnya yang bertugas menjaga outlet disarankan mengenakan atribut khas Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal misalnya seragam. Hal tersebut akan meningkatkan pandangan yang positif tentang Merapi Farma Herbal sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan penjualan.
4. Iklan menggunakan baliho di tempat-tempat yang strategis dikarenakan iklan menggunakan baliho terbukti merupakan sumber informasi awal konsumen mengenal Merapi Farma Herbal.