BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penelitu pada *Youngpreneur* Bandung *Food Truck*, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. **Perencanaan Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung**

   Perencanaan komunikasi pemasaran, merupakan Perencanaan komunikasi tahapan awal yang di lakukan oleh seorang *Youngpreneur* Bandung *Food truk* untuk melakukan tahapan- tahapan agar berhasilnya suatu perusahaan yang di bangun perencanaan adalah tahapan awal yang sangat penting di lakukan oleh seorang *Youngpreneur,* dalam kumpulan pengusaha muda ini tidak hanya mengandalkan berjualan melainkan melatih berkompetisi secara kekeluargaan menciptakan suatu inovasi yang manfaat yang kreatif dan unik sebagai tahapan pertama yang menjadikan suatu hobi yang menghasilkan. Dalam tahapan perencanaan ini terbentuklah Proses awal Youngpreneur membangun binis *Food Truck*, Konsep *Food Truck* dan pada tahap akhir perencanaan bagaimana menarik minat konsumen melihat pasaran *Food Truck* ini.

2. Pelaksanaan Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung

Pelaksanan proses dimana sebuah *planning* atau perencanaan akan di mulai dengan tahapan ini Bandung *Food Truck* melakukan sebuah inovasi yang kreatif Unik, karena bisnis *Food Truck* masih tergolong baru di Indonesia sehingga mendapat poin tersendiri dari konsumen.Harga mencoba memberikan dengan harga yang bersaing dengan produk kuliner yang sudah ada sebelumnya. Pengalaman baru, kami mencoba memberikan pengalaman baru dalam dunia kuliner di Indonesia yang biasanya pasar yang mendatangi kami sekarang kami yang mendatangi pasaar sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah untuk makan kesuatu tempat biar kami yang berkunjung pada konsumen. Dan tahapan pada pelaksanaan meliputi menarik minat beli yang didasari keutamaan dalam berbisnis selain itu juga Lokasi yang strategis sangat mendukung keberhasilan pada suatu bisnis dan promosi akan menjadi pencarian seorang konsumen untuk mencoba Pemasaran *Food Truck* ini.

3. Media Yang Digunakan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung

Media dalam menyampaikan informasi mengenai media salah satu yang sangat berpengaruh ialah media sosial , baik media *online*, media cetak dan media Elektronik dalam divisi pemasaran *Food Truck* Bandung menggunakan media agar menciptakan minat beli konsumen yang di harapkan. Media cetak Melingkupi brosur dan *leaflet*, dan *flayer*. Media

Elektronik, dan Media Elektronik terbagi menjadi dua, yaitu: Media *Audio* melingkupi radio. Media Audio *Visual* Media *Audio Visual* melingkupi Internet *(Website), Twitter, Facebook, Instagram* dan *Path* Media *outdoor* melingkupi *Signboard,* umbul-umbul, *Banner* dan spanduk.

4. **Strategi Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* dalam menarik Minat Beli Konsumen**

   Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan *Youngpreneur* berdampak pada minat beli konsumen yang tinggi. Terlihat dari banyak nya konsumen yang datang mengunjungi stand *Food Truck* yang beraa di kota Bandung. Ketertarikan mereka pada usaha kuliner *Food Truck* di karenakan usaha *Food Truck* memiliki kreasi dan inovasi yang unik dari segi kendaraan yang di gunakan serta produk yang di sajikan kepada konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, dapat dirumuskan saran-saran berikut ini:

5.2.1 Saran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* di Kota Bandung

1. Harus meningkatkan lagi bentuk penyampaian informasi melalui media massa baik cetak maupun Elektronik, seperti dalam iklan *online* di *Instagram* ataupun iklan di televisi agar masyarakat lebih mengenal keberadaan *Food Truck* dalam suatu *Event* yang akan diadakan.

2. Harus lebih menarik konsumen, komunitas Bandung *Food Truck* ini harus sering mengadakan *Event- event* di Bandung seperti *Event* kuliner dan sebaiknya pemasaran *Food Truck* di dukung oleh kendaraan yang lebih kreatif lagi guna meningkatkan ketertarikan konsumen.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun peneliti ingin memberikan saran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari perusahaan dan data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan lebih baik lagi dan lancar.
2. Penelitian yang telah dilakukan ini dapat dijadikan sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan, tanpa melupakan unsur nilai keahliannya, dalam penelitian di bidang Ilmu Komunikasi konsentrasi Ilmu Humas, khususnya penelitian mengenai Strategi Komunikasi *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* di Kota Bandung Dalam Menarik Konsumen penikmat kuliner melalui promo.