**BAB IV**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

* 1. **Kesimpulan**
     + 1. McDonald’s merupakan salah satu *brand* yang dapat mengaplikasikan strategi pemasaran yang cukup baik sehingga dapat membawanya menjadi *market leader* di bidang restoran cepat saji. McDonald’s dalam penyesuaian budaya amerika serikat menuju indonesia dengan keberagaman budaya yang ada. McDonald’s mampu bersaing dengan restoran cepat saji lainnya dengan mengandalkan inovasi produk dan adaptasi kultur. Adapun yang dilakukan McDonald’s Indonesia dalam faktor yang mendukung adaptasi produk. yaitu sebagai berikut:
          1. Perbedaan dalam standar teknis.
          2. Dampak dari perbedaan budaya .
          3. Lingkungan loka yang berbeda.
       2. McDonald’s dalam McDonald’s dalam melakukan adaptasi produknya mengalami kelemahan-kelemahan yang terjadi, yaitu sebagai berikut:
* Ada beberapa inovasi produk McDonald’s Indonesia yang kurang sesuai saat diluncurkan kepada masyarakat.
  1. **Saran**
* McDonald’s Indonesia harus terus meningkatkan segala bentuk adaptasi produknya agar McDonald’s Indonesia menjadi perusahaan makanan siap saji yang sukses. dan harus terus melakukan inovasi-inovasi yang lebih kreatif dan inovatif.