

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa:

Bauran promosi untuk Meningkatkan Penjualan Produk Sepatu di Matahari *Department Store* Gorontalo Periklanan yang digunakan adalah melalui Baliho dan Pamlet Diskon Produk, Semua produk dipajang untuk menarik perhatian konsumen. Matahari *Department Store* Gorontalo selalu membuat kontes yang menarik pada waktu tertentu, adanya hadiah bagi konsumen yang dengan voucer belanja. *Public Relation* dilakukan dengan selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat, terlibat dalam mendukung dan menjadi sponsor kegiatan sosial. Pada saat transaksi dengan selalu memberikan pelayanan pada konsumen dengan dengan sopan, berbicara dengan sopan, sehingga konsumenpuas dengan pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. Pemasaran langsung hanya sebatas pembukaan stand pameran untuk menjangkau konsumen dalam melayani pembelian secara langsung dilantai dasar atau di Pelataran Matahari *Department Store* Gorontalo sedangkan di daerah-daerah tidak dilakukan. Periklanan dan pemasaran langsung sangat berdampak pada penjualan karena menarik bagi konsumen.

5.2. Saran

Saran yang peneliti dapat berikan terkait dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Komunikasi secara langsung dengan konsumen sangat perlu untuk ditingkatkan, mengingat hal ini merupakan faktor utama dalam meningkatkan jumlah konsumen.
2. Perusahaan harus mengadakan pengawasan secara kontinyu agar semua kegiatan promotion mix yang terdiri dari advertising, personal selling, publisitas, yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat yang lebih lagi bagi perusahaan. Perusahaan harus terus mempunyai promosi penjualan bervariasi yang berbeda dan lebih menarik lagi agar jumlah konsumen meningkat.
3. Agar masyarakat lebih mengetahui acara-acara atau promosi-promosi yang dilakukan, maka sebaiknya Matahari Department Store Gorontalo melakukan pemilihan media promosi yang tepat dan berusaha meningkatkan daya tarik obyek iklan itu sendiri serta melakukannya secara kontinyu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari., 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung, Alfabeta
- Burk, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Prenhalindo
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W. dan Joseph F. Hair, dan Carl Mc Daniel. 2011. *Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Lamb, Hair Dan Mc Daniel. 2011. *Pemasaran Buku 2*. Salemba Empat Sastra.
- Mangkunegara, Prabu Anwar, 2012, *Perilaku Konsumen*, edisi revisi, cetakan kedua, Penerbit : PT. Refika Aditama, Bandung
- Sadono Sukirno, 2005. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Saladin Djaslim 2013, *Manajemen Marketing, Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Yogyakarta, BPFE
- Shimp Terence. 2006. *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta
- Sistaningrum, 2012. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index
- Stanton Wilian, 2008. *Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Erlangga
- Stanton William. 2012. *Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Erlangga
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi; Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang, 2008. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Utama
- Supriyanto RA, 2005. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta, BPFE.
- Sutojo Siswanto, 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Swastha Basu & Irwan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Manajemen Perusahaan YKPN.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi kedua, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Teguh Budiarto dan Fandy Tjiptono. 2012. *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE
- Teguh, Hendra. 2012. Manajemen pemasaran ahli bahasa. Dalam buku Philip kotler. Yogyakarta
- Teguh, Hendra. 2012. *Manajemen Pemasaran alih bahasa*. dalam buku Philip Kotler dan Gary Armstrong. Yogyakarta: Lde
- Thamrin, Abdullah dan Francis Tantri, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press.
- Tjiptono, Fandi, 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi,
- Umar Husein, 2013. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pusaka
- Wijaya, Farid. 2013. *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta, BPFE,
- Wood, Marian Burk. 2004. *Marketing Planning. Principles Into Practise*. Pearson Education Limited, UK.