

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari penelitian dan analisis mengenai penerapan strategi bauran promosi pada penjualan Handphone Merk Oppo di Toko Cahaya Phone Gorontalo maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa:

1. Periklanan (*Advertising*) yang digunakan adalah melalui langkah iklan dengan melihat kondisi pasar yang ada di Gorontalo. Pendekatan iklan dilakukan dengan mengetahui trend permintaan yang ada di Gorontalo. Penyebaran iklan melalui keluarga, kerabat, media soSial membantu untuk menyebarkan periklanan sehingga volume penjualan meningkat bahkan Toko Cahaya Phone Gorontalo membuka cabang Oppo Store 2.0 di Ruko Mall Blok C21 Gorontalo untuk melayani pembelian oleh konsumen.
2. Penjualan secara Pribadi (*Personal Selling*) dilakukan dengan menawarkan dengan menjelaskan kecanggihan yang handphone oppo miliki, dari segi desainnya, spesifikasinya, bonusnya dan lain-lain. Adanya komunikasi antara karyawan Toko Cahaya Phone Gorontalo dengan konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu pihak Toko Cahaya Phone Gorontalo selalu membuat kontes yang menarik pada waktu tertentu, serta adanya hadiah bagi konsumen yang dengan nomor undian dengan memberikan bonus dalam setiap pembelian satu produk handphone oppo.

4. Hubungan dengan masyarakat (*Public Relation*) dengan menjaga nama baik perusahaan. memberikan sumbangan pada setiap kegiatan kemasyarakatan, menjadi sponsor yang baik dalam berbagai acara sosial dan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat
5. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) tidak dilakukan karena pihak toko tidak menghubungi konsumen langsung melalui televon atau email. Sedangkan belum adanya website khusus untuk menghubungi konsumen belum dilakukan. Pemasaran langsung hanya sebatas pembukaan stand pameran untuk menjangkau konsumen di wilayah perkotaan, sedangkan di daerah-daerah jarang dilakukan.

## **5.2. Saran**

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

1. Pihak Cahaya Phone hendaknya mempertahankan indikator bauran promosi yang mampu meningkatkan volume penjualan Handphone Produk Oppo yang terdiri dari, periklanan, personal selling, .
2. Walaupun selama ini sudah dilakukan promosi, hal itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan, baik secara kualitas, maupun secara kuantitas. Dengan begitu diharapkan kedepannya dapat memaksimalkan setiap bauran promosi yang dijalankan.
3. Saran yang dapat di berikan penulis yaitu pihak toko Cahaya Phone Gorontalo perlu memaksimalkan lagi kegiatan bauran promosi terutama pemasaran langsung, sehingga terus meningkatkan komunikasi terkait dengan keluhan-keluhan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Shobirin, 2010. *Penerapan Strategi bauran Promosi pada Persada Swalayan Dinoyo Malang*. Skripsi. Universitas Negeri Malang
- Alma, Buchari., 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung, Alfabeta
- Burk, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Prenchalindo,
- Daniel, 2012. Manajemen pemasaran, dalam buku Lamb Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Ecclisia Sulistyowati, 2012. *Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta*. Skripsi. UNY
- Gitosudarmo, Indriyo, 2010. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keenam,
- Hardy Herosali, 2010. *Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan Arus Pengunjung Pada Mal Ciputra*. Skripsi. UNY
- Kotler Philip, 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta, Perason Education Asia Pte, ltd,
- Kotler Philip, Amstrong, 2012. *Manajemen marketing*, Jakarta, PT.Prenchalindo
- Moekijat, 2010. *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta, PT. Prenchalindo
- Rangkuti, 2011. *Manajemen Strategik*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Sadono Sukirno, 2013. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Saladin Djaslim 2013, *Manajemen Marketing, Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Yogyakarta, BPFE,
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis Marty. 2012. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sigit, 2014. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta, BPFE,
- Simamora, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE,
- Sistaningrum, 2012. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index
- Stanton William. 2012. *Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Erlangga

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

\_\_\_\_\_, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung

Sutojo Siswanto, 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada

Swastha Basu & Irwan, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Manajemen Perusahaan YKPN

Teguh, Hendra. 2012. Manajemen pemasaran ahli bahasa. Dalam buku Philip kotler. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi,