

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

Periklanan yang dilakukan yaitu dengan memajang semua produk dan memasukannya di Grup BBM atau memposting langsung di facebook. Menggunakan media grup BBM pada tahun 2014-2015, pada tahun 2016 dan tahun 2017 mencoba alternatif pada media sosial facebook, instagram dan Whatsapp, sementara juga dibuatkan grup telegram dan adanya peran serta keluarga, kerabat, karyawan sangat membantu untuk menyebarkan periklanan melalui media sosial. Personal Selling atau penjualan secara pribadi dilakukan melalui penyampaian informasi dari penjelasan yang diberikan secara menarik, jelas dan sesuai dengan kenyataan sehingga pelanggan membeli, karyawan memposting jualan pada masing-masing akun media sosial mereka. Public Relation dilakukan dengan selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat, menjalin komunikasi dengan masyarakat, menyampaikan informasi dengan komunikasi yang baik pada pelanggan dengan sopan, berbicara dengan sopan, sehingga pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Riela Online Shop, dengan begitu akan selalu terjalin hubungan yang baik. Pihak Riela Shop Gorontalo dalam memasarkan langsung ke pelanggan produk Riela Shop melalui media online, memposting foto-foto barang yang dijual yang mengundang selera konsumen untuk datang ke toko atau melakukan transaksi langsung melalui

chat atau televon. Karena media sosial mencakup semua daerah di Indonesia khususnya di Gorontalo maka Riela Shop Gorontalo hanya dibatasi pada pelanggan daerah Kota Gorontalo, Bone Bolango dan Limboto

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. Pihak toko harus mengadakan pengawasan secara kontinyu agar semua kegiatan strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat yang lebih lagi bagi toko.
3. Sebaiknya Toko Reila Shop melakukan pemilihan media Sosial yang tepat dan berusaha meningkatkan daya tarik 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.
- Kusumawardani, Angga, Puspita. 2013. *Strategi Brand Communication Dalam Membangun Awareness*. (studi kasus rumah makan Seafood D'Cost Surabaya. Skripsi Mahasiswa Pembangunan Nasional. Jawa Timur. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas
- 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.