

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari uraian pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan dan mencoba memberi saran atas permasalahan yang ada pada FIFGROUP Cabang Sekayu sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis jelaskan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Setiap bauran promosi pada FIFGROUP Cabang Sekayu memiliki rata-rata pesentase, yaitu promosi penjualan sebesar 36%, hubungan masyarakat sebesar 47%, penjualan pribadi sebesar 42%, pemasaran langsung sebesar 40%, dan promosi dari mulut ke mulut sebesar 45%. Sehingga diperoleh rata-rata persentase variabel bauran promosi sebesar 48% atau berada pada kategori cukup berdasarkan Kriteria Interpretasi Skor. Ini berarti bauran promosi belum sepenuhnya berperan dalam melakukan keputusan pembelian produk FIFASTRA pada FIFGROUP Cabang Sekayu.
2. Bauran promosi yang paling berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk FIFASTRA pada FIFGROUP Cabang Sekayu adalah periklanan dengan persentase sebesar 77%. Hasil ini merupakan persentase tertinggi dari bauran promosi lainnya.

5.2 Saran

Jika dilihat dari hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, penulis memberikan beberapa saran kepada FIFGROUP Cabang Sekayu terhadap pengambilan keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Ada baiknya perusahaan tetap mempertahankan bauran promosi periklanan yang sudah berperan baik dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2. Agar penjualan lebih maksimal ada baiknya perusahaan juga memaksimalkan promosi penjualan dengan memberikan hadiah yang lebih menarik kepada konsumen. Misalkan dengan memberikan hadiah motor atau pun Hp.
3. Memanfaatkan pemasaran seperti mengadakan pameran secara rutin pada saat acara MuBa Expo untuk menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian produk FIFASTRA.
4. Menggunakan sarana pemasaran langsung lainnya, misalkan menggunakan katalog dan nantinya akan diberikan kepada para konsumen FIFGROUP dan juga menggunakan saluran televisi respon langsung dengan memasang iklan pada saluran televisi negeri maupun swasta.
5. Memperbaiki tenaga penjualan pribadi dengan melakukan kegiatan pelatihan kepada para tenaga penjual agar mampu menjawab pertanyaan konsumen sehingga konsumen yakin untuk melakukan keputusan pembelian produk.