

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis bauran promosi pada Restoran Pizza Hut Cabang Pondok Gede, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

a) Bauran Promosi yang dilakukan oleh Restoran Pizza Hut Cabang Pondok Gede adalah sebagai berikut :

1. *Advertising* melalui iklan di TV, dan billboard. Pizza Hut menggunakan media elektronik seperti iklan di televisi untuk memberikan informasi kepada masyarakat serta menarik minat konsumen, karena telah terbukti bahwa televisi memberikan pengaruh sangat besar atas informasi yang disampaikan hanya saja iklan tidak memberikan alamat restoran terdekat secara spesifik, iklan di televisi hanya menginformasikan produk-produk Pizza Hut. Sedangkan billboard juga cukup mempengaruhi karena dengan adanya billboard masyarakat jadi mengetahui alamat restoran Pizza Hut terdekat. Iklan yang di sampaikan oleh Pizza Hut melalui media elektronik seperti televisi juga dapat menyampaikan pesan secara baik sehingga konsumen dapat dengan mudah mengingat pesan yang di sampaikan.

2. *Sales Promotion* dengan memberikan *discount* dan memberikan paket-paket khusus makanan dan minuman tertentu. Dengan adanya kerja sama antara pihak dari Pizza Hut dan pihak dari beberapa Bank terkait, Pizza Hut memberikan potongan harga mulai dari 10% sampai 30% apabila konsumen melakukan transaksi menggunakan kartu kredit BNI, BCA dan Mandiri. Tetapi pizza hut hanya memberikan potongan harga untuk konsumen yang menggunakan kartu kredit BNI, BCA serta Mandiri. Sehingga untuk yang tidak menggunakan kartu kredit tersebut harus membayar normal sesuai harga yang telah diterapkan. Namun untuk paket set berdua atau bahkan berempat dapat di nikmati oleh siapa saja tanpa harus menggunakan kartu kredit atau syarat lainnya. dengan adanya set berdua atau berempat ini menjadi suatu alat promosi yang cukup tepat bagi konsumen karena memberikan keringanan saat membayar sejumlah pesanan ketika konsumen tersebut makan bersama teman, rekan kerja, ataupun keluarga.
3. *Personal Selling* dengan menyebar brosur dan membuat tampilan brosur yang menarik. Penyebaran brosur dilakukan ketika ada pesanan delivery dan di sebarkan kepada masyarakat untuk mempromosikan produk terbaru dari Pizza Hut.
4. *Direct Marketing* dengan pemesanan melalui telepon (*Delivery*) dan media website dengan pengiriman brosur dan catalog melalui *email*.

b) Hasil penelitian dengan kuesioner memperlihatkan bahwa keempat variable bauran promosi yang tepat dan yang direkomendasikan adalah *Advertising*, *Personal Selling*, dan *Direct Marketing* yang di teliti masing-masing dari variable tersebut konsumen banyak yang setuju sebagai alat promosi untuk Restoran Pizza Hut Cabang Pondok Gede. Sedangkan untuk *Sales Promotion* konsumen banyak yang tidak setuju untuk direkomendasikan sebagai alat promosi Restoran Pizza Hut Cabang Pondok Gede. Karena potongan harga menggunakan kartu kredit kurang tepat digunakan sebagai alat promosi dikarenakan tidak semua orang menggunakan kartu kredit, dengan begitu hanya menguntungkan beberapa konsumen saja. Tetapi untuk makan paket set berdua atau lebih dirasa cukup tepat karena meringankan konsumen dalam membayar makanan ketika konsumen tersebut datang untuk menikmati hidangan di restoran Pizza Hut bersama dengan teman, keluarga ataupun rekan kerja.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan kelemahan yang terdapat pada promo *discount* yang dibuat oleh pizza hut pada bauran pemasaran *sales promotion* dapat disimpulkan bahwa promo tersebut kurang efektif untuk menarik konsumen dikarenakan promo yang dibuat memakai syarat penggunaan kartu kredit jenis tertentu. Seperti yang diketahui

bahwa masyarakat kita belum banyak yang menggunakan kartu kredit. Bahkan banyak juga yang tidak ingin menggunakan kartu kredit dengan alasan yang bervariasi. Oleh karena itu penulis memberikan saran kepada pihak restoran Pizza Hut sebaiknya membuat alternatif lain untuk memberikan promo potongan harga atas produknya untuk menarik konsumen. Misalnya dengan cara beli dua pan ukuran besar, gratis satu pan ukuran personal.

2. Dalam bauran pemasaran *Direct Marketing*, dalam hal teknologi informasi Pizza Hut sudah tepat menggunakan sarana internet sebagai alat promosi produk-produknya, menurut penulis hal tersebut cukup efektif, tetapi memiliki kekurangan dikarenakan melalui web resmi Pizza Hut belum bisa memesan produknya secara langsung atau online. Saran dari penulis sebaiknya pihak Pizza Hut cabang Pondok Gede membuat layanan pemesanan secara online agar mempermudah konsumen yang malas untuk pergi keluar rumah atau malas untuk berbicara melalui telepon, dengan begitu diharapkan kenaikan minat konsumen untuk membeli produk-produk restoran Pizza Hut cabang Pondok Gede.