

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari Karya Ilmiah ini yaitu adalah sebagai berikut.

Kegiatan Bauran Promosi yang dilakukan produk kecantikan Sariayu yaitu *Personal Selling*, Periklanan, dan *Sales Promotion*. Dari ketiga kegiatan promosi yang dilakukan yang paling efektif adalah *Personal Selling* karena menurut hasil penelitian yang dilakukan dengan kuesioner, paling banyak persentase untuk sangat setuju yaitu *personal selling*. Pernyataan tersebut dapat dilihat di dalam tabel 3.4 yang menyatakan responden sangat setuju bahwa penjual toko sangat mengerti tentang produk-produk Sariayu dan reponden merasakan bahwa pelayanan yang diberikan penjual terhadap konsumen sangat baik.

Sedangkan promosi Sariayu yang tidak efektif yaitu sales promotion dan iklan. Berdasarkan hasil analisis dari beberapa pernyataan, mengenai persyaratan undian dan pajangan produk Sariayu yang termasuk kedalam bauran promosi *sales Promotion* dan pernyataan, mengenai merek yang termasuk kedalam bauran promosi periklanan bahwa pernyataan tersebut responden banyak menyatakan

sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut dapat dilihat di tabel 3.5 tentang Undian pernyataan nomor 3, bahwa responden merasa syarat dan ketentuan untuk mendapatkan undian tidak mudah. Sedangkan pajangan produk dapat dilihat di tabel 3.7 pernyataan nomor 7 menyatakan bahwa menurut responden pajangan produk promosi ditempatnya membeli produk kecantikan Sariayu kurang menarik dan pernyataan nomor 11 di tabel 3.9 yang menyatakan bahwa nama sariayu tidak mudah diingat.

## **B. Saran**

Dari deskripsi dan analisis kasus yang telah dikemukakan kemudian menggabungkannya dengan teori yang bersangkutan dan berdasarkan hasil penelitian dari 100 responden terkait tabel 3.5, 3.7, dan 3.9 tentang promosi penjualan dimensi undian, *point of-purchase displays*, dan merek pembeli produk kecantikan Sariayu di pasar Cempaka Putih Jakarta Pusat, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut.

1. Penjual memberikan masukan kepada perusahaan Sariayu untuk menyediakan kotak saran, tujuannya untuk menampung keluhan dan masukkan saran dari konsumen. Tidak hanya melalui kotak saran tetapi konsumen juga dapat memberikan keluhan dan masukan melalui media internet. Kotak saran dan media internet itu tujuannya untuk menanggapi keluhan konsumen, seperti yang

selama ini konsumen rasakan bahwa persyaratan dan ketentuan tidak mudah. Jadi Sariayu dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen.

2. Untuk menarik minat pembeli, penjual harus kreatif dalam menata pajangan produk. Disetiap penjual toko produk kecantikan pasti akan membuat pajangan promosi semenarik mungkin, jadi penjual toko seharusnya membuat pajangan yang berbeda dari toko produk kecantikan lainnya. Seperti, daya tarik produk yang memberikan keterangan mengenai produk yang berada dibawahnya, daya tarik yang dipajang sehingga memudahkan konsumen untuk melihat dan menyentuh produk secara langsung, Daya tarik produk yang dipajang dalam bentuk yang bermacam-macam, daya tarik produk yang dipajang dalam posisi yang agak menonjol keluar dari *display*. Hal tersebut dilakukan juga untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumenn.
3. Perusahaan sebaiknya melakukan partisipasi di pameran dagang (*trade expo*), pameran dagang ini merupakan cara paling efektif untuk memperoleh tambahan jumlah pembeli. Stand di pameran dagang merupakan kantor atau *show room* sementara produk Sariayu dan merupakan tempat yang ideal untuk melakukan komunikasi dagang, baik dengan pelanggan lama ataupun dengan pembeli baru. Di pameran dagang, para calon pembeli produk Sariayu yang dicari, diundang atau tanpa di undang pun

kemungkinan besar akan datang ke stand produk Sariayu. Di pameran dagang para calon pembeli mempunyai kesempatan untuk menggunakan ke lima panca indera mereka, yaitu mendengar, melihat, menyentuh, mencium, mencoba dan kemudian hal tersebut dapat diperoleh akan dikoordinasikan oleh otak, sehingga keputusan untuk membeli produk yang Sariayu tawarkan dapat dilakukan dengan lebih cepat. Hal tersebut dapat menggantikan merek yang masuk dalam bauran promosi iklan yang selama ini kurang efektif untuk memasarkan produk Sariayu karna nama merek Sariayu tidak mudah diingat dan melalui partisipasi pada pameran dagang kemungkinan untuk mendapatkan pembeli baru sangat tinggi, dan juga dapat menekan biaya tinggi untuk membuat iklan agar nama merek Sariayu mudah diingat.