

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian “Sikap Konsumen terhadap Promosi Penjualan Dolphine_Net di Bandung” adalah bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini mayoritas adalah wanita, berusia dari 21 tahun sampai dengan 23 tahun, pekerjaan mahasiswa, berpengeluaran dari Rp 1.000.000,00 sampai dengan Rp 3.000.000,00, kebanyakan dari mereka pertama kali datang ke Dolphine_Net dari enam bulan sampai satu tahun yang lalu, dan memakai internet selama satu jam dalam sekali datang ke Dolphine_Net. Dapat disimpulkan juga bahwa sikap konsumen terhadap promosi penjualan Dolphine_Net di Bandung adalah positif.

Dari ketiga promosi penjualan yang dilakukan oleh Dolphine_Net, yaitu paket hemat, air mineral, dan kupon, dapat dilihat bahwa responden mempunyai sikap yang positif. Ketiga promosi penjualan tersebut cukup mempengaruhi responden untuk datang kembali ke Dolphine_Net di masa yang akan datang.

Menurut pengamatan dan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis di Dolphine_Net, dapat disimpulkan bahwa program promosi dengan pemberian kupon lebih banyak peminatnya dibanding promosi dengan pemberian air mineral atau paket hemat. Hal ini disebabkan karena dengan mengumpulkan kupon sampai nominal Rp 70.000,00 maka konsumen akan mendapat gratis bermain

internet selama satu jam. Akan tetapi kelemahan dari kupon adalah terlalu besarnya nominal yang harus dikumpulkan oleh responden bila mereka ingin mendapat gratis bermain selama satu jam.

Kelemahan dari pemberian air mineral adalah responden merasa waktu yang dibutuhkan untuk mendapat air mineral terlalu lama yaitu setelah menggunakan internet selama dua jam. Hal lain dari kelemahan pemberian air mineral adalah sebagian responden berharap mendapatkan yang lebih dari air mineral, misalkan mendapat *soft drink* setelah menggunakan internet selama dua jam.

Kelamahan dari paket hemat adalah pemberian potongan harga yang hanya berbeda sedikit jika menggunakan internet dengan harga normalnya dan pemberian potongan harga yang tidak bisa dirasakan oleh konsumen yang hanya menggunakan internet selama satu jam.

5.2 Saran

Saran penulis untuk pemilik Dolphine_Net adalah membuat promosi penjualan yang lebih inovatif dan variatif. Mengingat bahwa promosi penjualan sangat mempengaruhi sikap konsumen di masa yang akan datang. Misalkan membuat promosi *happy hour* untuk hari-hari dan jam-jam tertentu atau membuat member khusus untuk pelajar.

Pemilik Dolphine_Net mungkin dapat menegaskan kepada setiap karyawannya bahwa, jika konsumen sudah menggunakan internet mencapai 2 jam harus diberi air mineral gratis dan jangan sampai terlewat.

Penulis juga menyarankan agar program promosi yang ada di Dolphine_Net dibuat lebih jelas atau lebih diumumkan misal membuat spanduk ataupun memberikan selebaran yang memberikan keterangan mengenai program promosi yang saat ini ada di Dolphine_Net, sehingga setiap konsumen yang datang ke Dolphine_Net mengetahui langsung. Karena bila program promosi hanya diberitahukan dengan menempelkan kertas saja, maka tidak setiap konsumen yang menggunakan Internet melihat dengan jelas dan mengetahui adanya program promosi yang ada di Dolphine_Net.