

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan analisis data profil responden maka dapat disimpulkan bahwa komposisi mayoritas konsumen Djarum L.A.Lights sebesar 68 % berjenis kelamin pria, 72 % berusia diantara 16 – 25 tahun, 72 % memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa, 40 % memiliki penghasilan >Rp.1.500.000 per bulan.
2. Program promosi penjualan yang dilakukan Djarum L.A. Lights untuk menarik minat beli konsumen saat ini yaitu paket harga, *point card*, *point of purchase*, *promo & event*. Keanekaragaman program promosi ini dibuat dengan tujuan untuk menjangkau berbagai macam karakteristik konsumen yang berbeda-beda.
3. Tanggapan responden mengenai promosi penjualan yang dilakukan oleh Djarum L.A. Lights cukup baik karena promosi penjualan yang dilakukan oleh Djarum L.A. Lights dapat memenuhi kebutuhan dan ketertarikan konsumen terhadap produk Djarum L.A. Lights. Konsumen juga sudah memperhatikan terhadap promosi penjualan yang dilakukan oleh Djarum

L.A. Lights sehingga keinginan konsumen untuk membeli produk Djarum L.A. Lights cukup tinggi.

4. Pengaruh program promosi penjualan yang dilakukan Djarum L.A. Lights terhadap minat beli konsumen cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan besarnya korelasi antara promosi penjualan dengan minat beli konsumen yaitu sebesar 0,472 artinya jika variabel X dinaikkan maka variabel Y akan ikut naik juga, demikian pula sebaliknya, koefisien korelasi ini memiliki derajat sedang. Besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ditunjukkan dari besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 22,28 % artinya minat beli konsumen dipengaruhi oleh promosi penjualan sebesar 22,28 % dan sisanya sebesar 77,72 % dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan kesimpulan yang ada, penulis memberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan, yaitu :

1. Mempertahankan program *point card* dan meningkatkan sosialisasi program ini sehingga lebih banyak konsumen yang mengetahui program ini dan diharapkan dengan semakin banyak yang mengetahui program ini maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli Djarum L.A. Lights

2. Meningkatkan kualitas dari event yang diadakan oleh Djarum L.A. Lights sehingga banyak konsumen yang tertarik dengan event yang diadakan Djarum L.A. Lights hal ini diharapkan dapat meningkatkan perhatian dari konsumen akan Djarum L.A. Lights dan nantinya akan membuat konsumen tertarik membeli Djarum L.A. Lights.
3. Mempertahankan display dan souvenir yang menarik bagi konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli Djarum L.A. Lights
4. Mengembangkan program-program promosi yang baru agar konsumen tidak jenuh seperti potongan harga setiap pembelian tertentu untuk *outlet-outlet*, pemberian souvenir bagi konsumen pengonsumsi Djarum L.A. Lights setiap membeli jumlah tertentu.