

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di perusahaan mengenai pelaksanaan *marketing communications mix*, maka kesimpulan yang kami dapatkan adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *marketing communications mix* Tomodachi Café terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations* dan *direct marketing*. Namun masih ada beberapa kendala, yaitu ***advertising*** yang digunakan dan media yang digunakan sudah tidak menarik lagi karena sudah biasa, ***sales promotion*** yang kurang bervariasi, ***personal selling*** yang belum optimal terutama dalam melakukan *cross selling*, ***public relations*** belum dimaksimalkan, dan ***direct marketing*** belum diperhatikan oleh perusahaan secara optimal.
2. *Marketing communications mix* berperan secara signifikan dalam meningkatkan hasil penjualan total Tomodachi Café. Bila tidak ada *marketing communications mix*, maka penjualan hanya sebesar Rp. 182.246.210,6,-. Bila *marketing communications mix* bertambah baik sebesar satu poin, maka penjualan akan bertambah sebesar Rp.391.114.37,-. Total penjualan dipengaruhi oleh *marketing communications mix* sebesar 48,10% dan sisanya sebesar 51,90% adalah pengaruh faktor lain selain *marketing communications mix*.

## 5.2. Saran

Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terhadap aktivitas *marketing communications mix*, maka penulis mempunyai saran antara lain :

1. Ada baiknya perusahaan mendisain ulang *advertising* agar lebih menarik dan mencoba media iklan baru seperti televisi atau majalah yang baru. Perusahaan bisa menggunakan pendekatan rasional pada tema iklannya, seperti model yang *up to date* atau harga yang bersaing. Perusahaan perlu menambah variasi dari aktivitas *sales promotion* agar unik dan menarik misalnya dengan memberikan paket *lunch* yang disesuaikan harganya. Perusahaan perlu melakukan tindakan training atau pelatihan prinsip *salesmanship*, *personal selling* harus mempunyai kemampuan dalam melakukan *cross selling*, serta menjaga kesantunan dan nama baik Tomodachi Café. Perusahaan sebaiknya melakukan *public relations* baik secara internal maupun eksternal untuk membangun image perusahaan baik di mata masyarakat karena publicity merupakan sarana yang terpercaya untuk mempromosikan keberadaannya. Perlu adanya *customer database* untuk mendukung aktivitas *direct marketing* agar perusahaan dapat mem-*follow up* dan menjalin hubungan baik dengan para konsumennya melalui pengiriman kartu ulang tahun atau hari raya.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan kegiatan *marketing communications mix* dengan seoptimal mungkin di ke-lima elemennya. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan secara signifikan lagi. Dan terbukti bahwa *marketing communications mix* memiliki kontribusi hampir 50% dari semua faktor yang mendukung meningkatnya penjualan.