

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan dan Saran

5.1.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan promosi penjualan pada *Cross Shop Boutique* secara keseluruhan dinilai cukup baik dan juga pelaksanaan program promosi penjualan yang baru berjalan satu tahun belakangan ini terbukti dapat meningkatkan penjualan produk *Cross Shop Boutique*. Oleh karena lokasi *Boutique* di dalam gedung BTC maka promosi penjualannya terdapat *standart* yang telah ditetapkan oleh manajemen BTC, yang mana pada *event-event* tertentu serempak diadakan oleh seluruh gerai dan *Boutique* yang ada di BTC dengan tema dan acara tertentu.

Penilaian konsumen terhadap program promosi penjualan yang sudah dilaksanakan *Cross Shop Boutique* sudah cukup baik, terlihat dari jawaban yang dituangkan dalam kuesioner, yang mana mayoritas pengunjung menjawab sangat setuju terhadap pelaksanaan program promosi penjualan yang sudah dilaksanakan *Cross Shop Boutique* dan hanya memerlukan sedikit penambahan pada program promosi penjualan lainnya yang dianggap akan semakin menarik niat beli konsumen, seperti lebih sering mengadakan *bazaar* pada *event* fashion di kota Bandung,

melengkapi jenis koleksi fashion untuk wanita supaya koleksinya tidak pasaran dan harganya terjangkau oleh konsumen.

Kebijakan program promosi penjualan yang dilaksanakan *Cross Shop Boutique* sangat besar pengaruhnya terhadap niat beli konsumen terlihat dari nilai koefisien korelasi rank Spearman sebesar 0.986 yang berarti bahwa pengaruh antara promosi penjualan dan niat beli konsumen sangat kuat dan mendekati sempurna.

5.1.2. Saran

Meskipun secara keseluruhan kebijakan program promosi penjualan yang dilakukan *Cross Shop Boutique* menurut konsumen sudah baik namun harus terus menerus melakukan pembaharuan dan penambahan elemen-elemen promosi penjualan yang lain yang belum pernah dilakukan *Cross Shop Boutique* yang masih dianggap kurang oleh konsumennya.

Agar supaya *Cross Shop Boutique* dapat mempertahankan konsumen setianya dan terus menerus menarik konsumen yang baru ada beberapa hal yang harus dipertahankan, diperbaiki dan diubah dalam penerapan program promosinya, diantaranya yaitu:

- Menambah media promosinya, supaya lebih dikenal lagi oleh masyarakat kota Bandung dan mempertahankan pelanggan yang setia serta menjaring konsumen baru dengan lebih sering mengikuti pameran *fashion* pada *event* tertentu.

- Promosi penjualan pada media cetak terutama brosur sebaiknya dilengkapi *voucher* potongan harga untuk pembelian produk tertentu dengan begitu konsumen diharapkan akan memprioritaskan berbelanja di *Cross Shop Boutique* daripada berbelanja pada *boutique* lain.
- Program promosi penjualan yang ditawarkan oleh *Cross Shop Boutique* lebih beragam dibanding *boutique* lain, namun perlu ditambahkan dengan program promosi penjualan lain misalkan diadakan bulan diskon pada tiap bulannya untuk menghabiskan stok lama supaya koleksi fashion *Cross Shop Boutique* mengalami *turn over*, sehingga pengunjung tidak merasa bosan.
- Konsumen yang sudah mengetahui *Cross Shop Boutique* menyukai setiap ada program promosi penjualan, namun perlu diprioritaskan promosi penjualan digalakkan pada awal bulan dan pada musim liburan anak sekolah serta *event* hari raya idul fitri karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang selalu berbelanja pakaian untuk dipakai pada hari raya tersebut.
- Niat beli konsumen *Cross Shop Boutique* karena program promosi penjualan lebih unggul dan akan lebih baik lagi bila *Cross Shop Boutique* membuka cabang dan menambah koleksi fashion yang lebih eksklusif.