

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis secara kuantitatif mengenai “Pengaruh promosi penjualan terhadap peningkatan minat beli konsumen pada PT. Popindo Gemilang Sejahtera”, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data yang telah diolah, dapat diketahui bahwa diantara kedua atribut promosi penjualan yang ada, ternyata percobaan gratis lebih baik dibandingkan dengan pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian misalnya dalam menarik konsumen untuk mendekat dan melakukan pembelian. Untuk lebih jelasnya dapat lihat pada hasil perankingan skor rata-rata yang ditunjukkan pada Tabel 4.12. Namun dengan hal tersebut bukan berarti pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian tidak cukup baik tetapi

atribut ini hanya membutuhkan sedikit perbaikan sehingga menjadi lebih efektif.

2. Berdasarkan atribut minat beli konsumen, dapat diketahui bahwa responden cukup mengenal produk Act II popcorn seperti mengetahui kualitas produk tersebut, mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut, dan juga mereka memiliki keinginan untuk mencoba dan membeli produk tersebut, namun responden kurang memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang.
3. Dari pengolahan data yang ada, diketahui bahwa ternyata promosi penjualan hanya membawa pengaruh sebesar 15.18094921% terhadap peningkatan minat beli konsumen dan sisanya yaitu 84.81905079% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar promosi penjualan misalnya:
 - a. Tidak semua orang memiliki microwave.
 - b. Outletnya terletak dikawasan yang banyak dilewati oleh pengunjung sehingga pembeli merasa kurang nyaman untuk langsung menyantapnya sedangkan produk tersebut kurang enak jika disantap dalam keadaan dingin.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas maka penulis ingin memberikan saran kepada pihak PT. Popindo Gemilang Sejahtera. Adapun saran yang penulis dapat berikan adalah:

1. Promosi penjualan yang dilakukan oleh PT. Popindo Gemilang Sejahtera yaitu percobaan gratis dan pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian sudah baik. Menurut penulis, percobaan gratis yang dilakukan oleh PT. Popindo Gemilang Sejahtera sudah cukup maksimal namun pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian masih kurang maksimal karena demonstrasi di tempat pembelian hanya dilakukan pada saat tertentu. Sebaiknya demonstrasi lebih sering dilakukan agar lebih menarik perhatian pengunjung.
2. Menurut penulis, sebaiknya PT. Popindo Gemilang Sejahtera menyediakan tempat duduk bagi pembeli yang ingin menyantap langsung di outlet tersebut sehingga pembeli merasa nyaman.
3. Produk dari PT. Popindo Gemilang Sejahtera adalah popcorn. Menurut penulis, dalam menentukan lokasi outlet harus mempertimbangkan banyak hal misal salah satunya adalah kebiasaan dari kebanyakan masyarakat yang menyantap popcorn pada saat menonton film. Jadi sebaiknya, outletnya berada dekat dengan bioskop.
4. Sebaiknya pihak PT. Popindo Gemilang Sejahtera lebih kreatif lagi dalam memikirkan hal-hal lain yang dapat dilakukan untuk dapat menarik minat beli konsumen misalnya membuat iklan dan sebagainya.