

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kegiatan usaha Factory Outlet Episode adalah sebagai berikut :

- Beli Putus yaitu, suatu bentuk transaksi pembelian yang dilakukan secara langsung tanpa persyaratan apapun.
- Konsinyasi yaitu, pihak yang menyewa dan menitipkan barangnya pada FO Episode untuk dijual dan pihak perusahaan mendapatkan sejumlah royalti dari hasil penjualan tersebut.

2. Produk-produk yang ditawarkan oleh Factory Outlet Episode berupa pakaian sisa ekspor, tas, sepatu, barang-barang accessories.

3. Pelaksanaan Promosi Factory Outlet Episode

- Periklanan
- Promosi penjualan
- Menentukan kebutuhan
- Mempertahankan kepercayaan
- Peningkatan pelayanan

4. Dalam memasarkan produknya Factory Outlet Episode menggunakan aspek strategi pemasaran yaitu dengan periklanan. Hal ini dikarenakan periklanan mempunyai fungsi untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan akan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan adanya strategi promosi yang tepat yang mencakup periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung,

dan hubungan masyarakat yang baik, maka akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Factory Outlet Episode.

5. Pelaksanaan Periklanan (variabel x) benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (variabel y).

6. Dari data karakteristik responden kita dapat mengetahui bahwa:

- Dilihat dari jenis kelamin para konsumen Factory Outlet Episode sebagian besar di dominasi oleh kaum perempuan sebesar 58%. Ini disebabkan karena perempuan mempunyai sifat konsumtif dengan beragam model pakaian.
- Sebagian besar konsumen belanja di Factory Outlet Episode adalah orang-orang yang masih relatif muda yang berusia dibawah 20 tahun dan antara 20 – 40 tahun. Hal ini disebabkan bahwa para konsumen yang berbelanja adalah orang yang rata-rata sudah mempunyai pekerjaan sehingga mempunyai penghasilan.

7. Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.

8. Pasar sasaran bagi Factory Outlet Episode adalah kalangan menengah ke atas. Produk-produk yang ditawarkan cukup bervariasi dalam harga yang relatif murah hingga mahal.

9. Tujuan dari promosi untuk meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan produk Factory Outlet Episode ini memiliki keunggulan produk yang berbeda dibandingkan pesaing.
10. Besarnya angka Koefisien Determinasi dalam perhitungan di atas ialah sebesar 0,627 atau sama dengan 62,7%, maka angka tersebut mempunyai arti bahwa minat beli dipengaruhi oleh periklanan. Sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang berasal dari *produk* yang terus-menerus berkembang mengikuti trend mode pada saat ini dan yang akan datang. Sebab lain berasal dari *harga* yang relatif terjangkau sesuai dengan daya beli konsumen dan faktor lainnya adalah *tempat* dimana konsumen dapat merasakan keamanan dan kenyamanan berbelanja.

5.2. Saran

1. Factory Outlet Episode hendaknya mencari produk-produk sisa ekspor yang berbeda dari para pesaingnya.
2. Tingkatkan dan pertahankan pelayanan terhadap konsumen dengan memberikan senyum hangat sebagai rasa terima kasih khususnya bagian kasir.
3. Melakukan introspeksi dan pengembangan trend produk-produk terbaru yang ditawarkan kepada konsumen.
4. Menyediakan saran/kritik atau keluhan konsumen mengenai penilaian terhadap kinerja para karyawannya yang bekerja.
5. Melakukan promosi pada media elektronik lain. Seperti media televisi, misalnya: FO Episode mengajukan proposal pada produser film sinetron

sebagai sponsor tayangan sinetron dengan menyediakan pakaian, accessories, dan sebagainya yang dibutuhkan para artis dalam berakting.

6. FO Episode diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan sarana dan prasarana untuk kenyamanan para konsumen