

## BAB V

### KESIMPULAN DAN PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan di distro *308 ABSOLUTE UNSCARED* Yogyakarta tentang implementasi komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut :

Sesuai dengan data yang diperoleh penulis , Implementasi manajemen komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen di distro *308 ABSOLUTE UNSCARED* melalui analisis bauran pemasaran 7P yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang berpendapat bahwa, "Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran".

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix* 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses), sehingga dikenal dengan *marketing mix* 7P. Bauran pemasaran jasa mencakup 7P inilah yang sangat berperan penting dalam manajemen komunikasi pemasaran di distro *308 ABSOLUTE UNSCARED*.

Bauran pemasaran 7P ini menjadi seperangkat alat yang penting dalam manajemen komunikasi pemasaran yang kemudian membawa distro ini terkenal di kalangan masyarakat, mempengaruhi minat konsumen dalam meningkatkan penjualan dari omset bahkan jumlah konsumen. Kemudian dari kajian 7P ini penulis dapat mengetahui proses, kelebihan maupun kekurangan dari manajemen komunikasi pemasaran di distro *308 ABSOLUTE UNSCARED*.

## **B. SARAN**

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah :

### **1. Bagi *308 ABSOLUTE UNSCARED***

- a. Untuk shopkeeper sebaiknya untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan terhadap konsumen, misalnya dengan memberikan masukan pada saat konsumen kebingungan memilih pakaian dan respon yang cepat terhadap konsumen.
- b. Menambahkan media sosial lainnya yang sedang trend saat ini untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan promosi penjualan.
- c. Memberikan *endorse* sebagai bentuk promosi produk kepada kalangan artis atau selebgram.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Untuk dapat lebih mengeksplere atau memperdalam apa yang terkandung dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam manajemen komunikasi pemasaran.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi tanpa melupakan nilai keaslian, dalam penelitian di bidang ilmu komunikasi , khususnya mengenai penelitian yang berkaitan dengan bauran pemasaran (*mix*) dalam manajemen komunikasi pemasaran.