

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Tujuan Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen, disini peneliti menyimpulkan bahwa tujuan komunikasi pemasaran yang ingin dicapai oleh Toserba Yogya Cianjur adalah, untuk mendapatkan target pasar/konsumen yang lebih luas melalui media sosial instagram karena pengguna media sosial instagram di cianjur sudah sangat banyak dan terus berkembang serta media sosial instagram sangat mudah untuk digunakan, pemasaran tersebut dikemas dengan cara memberikan informasi mengenai diskon atau promo yang sedang berlangsung di Toserba Yogya Cianjur lengkap dengan informasi harga produk dan event apa yang sedang berlangsung dan dikemas dengan visual yang menarik, dan sebelum ditetapkan nya Tujuan Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli diadakan nya sebuah perundingan dengan cara melihat dan mengamatai konsumen setia dari Toserba Yogya Cianjur berdomisili di daerah mana serta meriset produk-produk apa saja yang paling diminati oleh masyarakat cianjur pada umumnya, dan diharapkan akan timbul minat beli dari konsumen akan produk-produk yang dipasarkan dan memutuskan untuk berbelanja produk tersebut di Toserba Yogya Cianjur.

2. Sasaran Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram. Disini peneliti menyimpulkan bahwa sebelum adanya penetapan sasaran komunikasi pemasaran,Toserba Yogya Cianjur melakukan berbagai persiapan,mulai dari meriset produk apa yang paling dibuthkan oleh masyarakat cianjur,diskon dan promo produk apa yang paling digemari oleh konsumen,kemudian adanaya kriteria desain visual produk yang toserba yogya gunakan ketika mengggunggah iklan atau pemasaran produk di media sosial instagram,agar penetapan sasaran komunikasi pemasaran tidak terjadi kesalahan,dengan harapan produk yang dipasarkan tepat pada sasaran,sehingga timbul minat beli produk tersebut dari konsumen dan memutuskan untuk membeli produk tersebut setelah melihat unggahan di media sosial Instagram dan sasaran Komunikasi Pemasaran dari Toserba Yogya Cianjur adalah seluruh masyarakat cianjur,dari berbagai usia, kalangan,status sosial,jenis kelamin,meliputi ibu rumah tangga,Pria dewasa,Wanita dewasa
3. Saluran Media Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram. Pada penelitian ini saluran media pemasaran yang digunakan oleh Toserba Yogya Cianjur adalah saluran media pemasaran tidak langsung yaitu media sosial instagram.Toserba Yogya Cianjur menggunakan media sosial instagram sebagai saluran media pemasaran nya,Toserba Yogya Cianjur menilai bahwa pengguna media sosial instagram di cianjur semakin banyak dan

terus berkembang, itulah merupakan awal mengapa Toserba Yogya Cianjur memutuskan untuk menggunakan media sosial instagram, namun seiring dengan berjalannya waktu Toserba Yogya Cianjur menilai bukan hanya pengguna instagram saja yang menjadi alasan kuat menggunakan instagram sebagai media pemasaran, namun Toserba Yogya Cianjur menilai bahwa fitur-fitur yang terdapat di instagram dapat mendukung mereka dalam mempromosikan produknya dan dapat memberikan informasi-informasi mengenai promo serta memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan oleh seluruh konsumen di Toserba Yogya Cianjur.

4. Pengembangan Promotional Mix Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram, dengan cara melakukan periklanan di media sosial instagram dan juga melakukan, Personal Selling, dan melakukan diskon atau promo produk-produk yang diminati oleh konsumen dari Toserba Yogya Cianjur
5. Evaluasi Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram. Toserba Yogya Cianjur melakukan evaluasi setiap satu bulan sekali bersama para seluruh supervisor dari setiap divisi di Toserba Yogya Cianjur. Topik pembahasan pada setiap evaluasi tersebut adalah, pelaksanaan program dari tiap divisi apakah berjalan atau tidak, serta melihat produk-produk apa yang tidak diminati oleh konsumen dari Toserba Yogya Cianjur dan yang terakhir adalah mengevaluasi unggahan-unggahan promosi produk di media sosial instagram Toserba Yogya Cianjur, setelah melalui tahapan evaluasi, Toserba Yogya Cianjur mendapatkan efek dari

evaluasi tersebut berupa, Toserba Yogya Cianjur bisa mengetahui apakah program yang dirancang berjalan atau tidak, serta mengetahui produk apa yang kurang diminat konsumen, serta bisa mengevaluasi unggahan instagram Toserba Yogya Cianjur dan dampak yang didapat berupa, konsumen memberikan feedback positif bagi Toserba Yogya Cianjur.

Kesimpulan keseluruhan dari penelitian ini adalah, penggunaan media online saat ini seperti media sosial instagram akan sangat membantu dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan, karena selain biaya yang digunakan lebih hemat serta media online memiliki jangkauan yang sangat luas dibandingkan dengan pemasaran secara offline dan menggunakan media sosial instagram dalam proses pemasaran, produk yang dipasarkan dapat mendapatkan sasaran yang tepat untuk produk tersebut serta fitur-fitur didalam media sosial instagram sangat mendukung segala proses yang diperlukan dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Toserba Yogya Cianjur sebagai berikut:

- 1) Dalam proses pemasaran yang dilakukan di media sosial instagram, selain produk yang dipasarkan harus baik, tapi terdapat unsur penting selain produk yaitu, pengemasan yang kreatif dan menarik serta visualisasi produk yang persuasif, agar konsumen semakin merasa memerlukan produk tersebut dan

memutuskan untuk membeli produk tersebut setelah melihat pemasaran produk di media sosial instagram

2) Kembangkan kualitas pemanfaatan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Instagram, agar setiap unggahan selalu fresh dan konsumen tidak jenuh ketika melihat pemasaran produk di media sosial Instagram.

3) Dalam tujuan komunikasi pemasaran Toserba Yogya Cianjur, peneliti memberi saran untuk menambahkan membangun citra yang lebih relevan dengan masyarakat saat ini yang terbiasa dengan aktivitas online, sehingga Toserba Yogya Cianjur semakin dekat dengan konsumen.

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti saat ini menyarankan memanfaatkan waktu penelitian anda dengan sebaik mungkin, pengaturan waktu sangat lah penting dalam proses penelitian anda. Peneliti menyarankan untuk kembangkan penelitian anda dengan menggunakan berbagai macam metode dan beragam keilmuan ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya karena menurut peneliti meneliti sebuah supermarket sangat lah menarik dan meneliti supermarket merupakan penelitian yang sangat dekat dengan kita semua dan juga tidak banyak orang yang mengetahui segala proses pemasaran yang dilakukan oleh supermarket-supermarket besar di Indonesia khususnya Toserba Yogya Cianjur. Selain itu persiapkan segala data yang diperlukan dengan sebaik mungkin dan semenarik mungkin, agar pembaca merasa nyaman dalam membacanya, dan mengerti maksud dari penelitian anda ini. Kemudian peneliti menyampaikan, jangan mudah menyerah, lelah serta jenuh pasti ada, perasaan akan ketakutan tidak lulus pasti ada, namun serahkan

kekhawatiran tersebut ketangan Tuhan Yesus Kristus,karena denganNya dan bersamaNya semua pasti bisa dilakukan dan bisa terjadi.