

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada BAB V ini, merupakan akhir dari penelitian yang dilakukan. Dimana dalam BAB V peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan juga saran-saran yang peneliti bagikan.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Segmentasi yang dilakukan PT. Nusantara Artha Persada Bandung ini selaras dengan Philip Kotler dan Gary Amstrong dimana perusahaan ini menggunakan jenis segmentasi geografis, demografis dan perilaku. Dimana segmentasi geografis ini perusahaan meliputi daerah bandung dan sekitarnya. Untuk konsumen diluar bandung kita menyediakan layanan pembelian secara online melalui website dari perusahaan ini. Secara demografis yang perusahaan terapkan dimulai dari kalangan rumahan samapai instansi pemerintahan. Segmentasi perilaku yang diberikan perusahaan ini yaitu pelayanan kepada konsumen-konsumen baru yang harus ditingkatkan lagi.
2. Targetting yang ditentukan PT. Nusantara Artha Persada Bandung ini selaras dengan Philip Kotler dan Gary Amstrong karena perusahaan ini fokus targetting pada kegiatan pemasaran dan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan website perushaaan dimana terdapat diskon dan penawaran yang menarik. Kegiatan pemasaran yang dilakukan

perusahaan mencakup berbagai kalangan mulai dari rumahan sampai dengan instansi pemerintahan.

3. Positioning yang diterapkan PT. Nusantara Artha Persada Bandung sudah selaras dengan Philip Kotler dan Gary Amstrong karena perusahaan ini berhasil mempertahankan identitasnya serta ciri khas dari produk CCTV mereka dengan adanya serial nomer atau kode pada produk CCTV yang berbeda-beda serta selalu menjaga komunikasi baik dengan konsumen juga selalu meningkatkan kualitas produk CCTV perusahaan ini.

## **5.2 Saran**

Setelah peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT. Nusantara Artha Persada Bandung sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Bagi PT. Nusantara Artha Persada Bandung**

1. PT. Nusantara Artha Persada Bandung harus terus meningkatkan segmentasinya mulai dari segmentasi geografis, demografis, dan perilaku. Ketiga segmentasi itu harus terus ditingkatkan dan diperbaiki. Dari segi segmentasi geografis bisa dengan menambahkan media sosial perusahaan untuk penjualan produk CCTV ini, dari segi segmentasi perilaku harus diperhatikan mengenai pelayanan karyawan kepada konsumen apalagi dengan konsumen-konsumen baru harus diperhatikan karena itu merupakan salah satu segmentasi untuk membuat konsumen percaya terhadap produk CCTV perusahaan.

2. PT. Nusantara Artha Persada Bandung harus terus meningkatkan kegiatan promosi dan kegiatan pemasarannya. Kegiatan promosi yang ditingkatkan bisa dengan memanfaatkan media sosial dengan membuat akun Instagram atau Tiktok yang sedang ramai digunakan dengan membuat iklan atau bisa menggunakan influencer atau tokoh yang sesuai dengan promosi produk CCTV.
3. PT. Nusantara Artha Persada Bandung dalam hal positioning ini tidak hanya mempertahankan identitasnya tetapi perusahaan harus terus menjaga citra baik dimata masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin terhadap produk CCTV perusahaan ini. Perusahaan juga harus terus membranding produk CCTV nya agar khalayak mengetahui mengenai CCTV dari perusahaan ini yang tentunya beda dengan yang lain juga memperhatikan portofolio perusahaan karena itu salah satu yang membuat konsumen percaya terhadap produk perusahaan.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk membaca dan mencari referensi tentang hal yang akan diteliti agar memperoleh wawasan yang lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya dapat lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian dan dapat membagi waktu dengan baik agar penelitian berjalan baik.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih cepat dalam mencari informan dan mencari jawaban mengenai penelitian ini.