

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi yang valid melalui informasi yang diberikan oleh informan kunci ataupun informan pendukung serta melalui hasil observasi di lapangan, penelitian ini berlangsung selama empat bulan guna mendapatkan informasi tersebut. Peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Brand School Merch Di Kabupaten Subang” yang peneliti bentuk secara sederhana.

Pada penelitian ini peneliti memiliki fokus utama terkait bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Brand School Merch Dalam Menumbuhkan Minat Beli Para Konsumen. Dalam proses penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran terdapat tiga unsur yang peneliti teliti, yaitu:

Segmentasi pasar atau pembagian pasar berdasarkan kelompok kelompok nya ada segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis. Segmentasi merupakan pengelompokan atau pembagian pasar ke dalam kelompok – kelompok yang sama dalam hal kebutuhan nya, keinginan, perilaku dan atau respon para konsumen terhadap program pemasaran yang spesifik yang dilakukan oleh Brand School Merch. Dalam pemasaran yang dilakukan oleh Brand School Merch Segmentasi sangatlah penting, karena sebuah brand akan lebih mudah dalam memasarkan produk nya.

Positioning produk dari Brand School Merch, Positioning membantu Brand School Merch menjadi membedakan dengan pesaing dimata konsumen, dengan menonjolka produk yang berbeda atau keunggulan dari produk Brand School Merch. Dapat juga menciptakan perbedaan yang signifikan dengan produk brand lain dan dapat juga untuk menarik perhatian banyak konsumen lagi. Positioning juga membantu Brand School Merch dalam memahami sagemntasi pasarnya yang paling sesuai dengan produk Brand School Merch.

Targeting Brand School Merch adalah konsumen anak anak sekolah dan anak anak kuliah atau kalangan menengah ke bawah, karena jika melihat dari produk Brand School Merch harga yang ditawarkan mulai dari 26.000 sampai 250.000. Target pasar berikutnya merupakan konsumen yang gemar memetikang penampilan dan selalu mengikuti tren mode yang berkembang pada zaman ini. Pengambilan keputusan untuk pembelian yang telah dilakukan pembeli sekaligus mempengaruhi pembelian dari produk dari Brand School Merch. Produk dari Brand School Merch produk dengan kualitas yang baik serta harga harga yang terjangkau membuat pandangan yang terbentuk dari konsumen merasa puas dengan produk dari Brand School Merch. Dengan memahami siapa target konsumen yang paling cocok untuk produk, Brand School Merch dapat menciptakan pengalam yang lebih relevan dan memuaskan bagi konsumen, serta dapat mengoptimalkan hasil pemasaran secara keseluruhan.

Dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Brand School Merch dalam menumbuhkan minat beli terhadap konsumennya. Brand School Merch menerapkan segmentasi, positioning, dan targeting untuk menunjang pada pemasaran produknya.

5.2 Saran

Untuk Brand School Merch peneliti harap dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Brand School Merch Di Kabupaten Subang Dalam Menumbuhkan Minat Beli. Seperti komunikasi yang dilakukan oleh Brand School Merch kepada konsumen lebih dimaksimalkan kembali oleh Brand School Merch. Pada strategi pemasaran Brand School Merch juga harus lebih di efektifkan lagi, di media sosial Instagram harus sering-sering membuat konten agar lebih menarik banyak konsumen lagi.

Pada penelitian selanjutnya, peneliti berharap bahwa penelitian dilakukan secara lebih mendalam lagi. Dan dengan harapan pada hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai acuan dengan baik dan peneliti harap bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dikemudian hari.