

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan bauran promosi yang dilakukan Toko Buku Gramedia adalah: periklanan, promosi penjualan, publisitas, *personal selling*.
2. Kendala yang dihadapi Toko Buku Gramedia dalam menerapkan strategi bauran promosi adalah dalam periklanan yaitu:

a) Majalah

Pada Toko Buku Gramedia penerapan konsep periklanan dengan menggunakan majalah dan Koran memang jarang sekali digunakan. Majalah dan Surat Kabar digunakan minimal 1 bulan sekali dan hanya bila ada *event* tertentu. Untuk majalah Toko buku Gramedia belum menggunakan media tersebut karena dana yang dikeluarkan untuk biaya pemasangan iklan terlalu tinggi dan dirasa kurang mendapat tanggapan yang positif dari konsumen.

b) Televisi

Toko Buku Gramedia cabang Yogyakarta tidak menggunakan media televisi karena faktor dana. Selain mahal, belum tentu pesanya dapat dicatat secara permanen oleh penerima pesan. Selain itu, karena adanya otonomi pusat, maka anggaran harus diserahkan ke pusat dan

segala biaya promosi menggunakan media televisi adalah keputusan dari pusat.

B. Saran

Perusahaan seharusnya meningkatkan promosi penjualan karena promosi penjualan merupakan langkah yang banyak menarik tanggapan yang positif dari konsumen, dalam *lounching* buku baru dibuat semenarik mungkin sesuai dengan target siapa tujuan pemasaran produk. Personal selling juga dirasa sangat berpengaruh besar dalam mempengaruhi konsumen dalam pembelian, biaya yang dikeluarkan murah dan mempunyai ke efektifan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha. (2000). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Basu Swastha & Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Basu Swastha Ibnu Sukotjo. (1998). *Bisnis Pengantar Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Depdiknas. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka
- Gito Sudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Kolter, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1 (Terjemahan Oleh Jaka Warsana). Jakarta: Erlangga
- Stanton, William J. (1996). *Prinsip - Pemasaran, jilid .* Jakarta: Erlangga