

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pelaksanaan Pemasaran Interaktif yang telah dilakukan oleh Distro Dloops Bandung yang meliputi situs web distro dloops dan blog sudah cukup baik. Sedangkan pemasaran interaktif yang masih kurang baik adalah email.
2. Tanggapan pelanggan tentang pelaksanaan pemasaran interaktif Distro Dloop Bandung situs web dan blog yang dipersepsikan sebagian besar pelanggan dinilai cukup, artinya pelanggan telah merasakan adanya pemasaran interaktif yang telah dilakukan distro dloops Bandung. Hal yang masih dianggap kurang baik dan perlu diperbaiki adalah email.
3. Tanggapan responden tentang keputusan pembelian distro dloops Bandung masuk kategori “cukup”.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemasaran interaktif dengan keputusan pembelian di Distro Dloops. Apabila di distro Dloops memperhatikan unsur – unsur yang mencakup email, blog dan situs yang dipersepsikan, maka akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dari pembahasan di Bab IV tentang tanggapan pelaksanaan pemasaran interaktif di DistroDloops , Mayoritas konsumen menyatakan bahwa produk

yang ditawarkan Distro Dloops melalui email slow respon dalam artian konsumen mengeluhkan lambatnya respon distro dloops dalam menjawab permintaan atau pertanyaan dari konsumen .

5.2 Saran

1. Guna mengatasi permasalahan “Mayoritas konsumen menyatakan bahwa produk yang ditawarkan Distro Dloops melalui email slow respon”. Maka Distro Dloops sebaiknya membenahi pengelolaan email. Seharusnya mereka lebih mengoptimalkan email tersebut sebagai katalog online dan juga mempercepat respon untuk membalas permintaan dan keinginan konsumen melalui media email. Jika dikelola dengan lebih baik mungkin konsumen dapat menggunakan email sebagai sarana untuk mendapatkan informasi produk distro dloops yang dapat berdampak pada peningkatan penjualan dari distro dloops.