

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh SB Mart Bumi Asri meliputi brosur, diskon, dan kupon dinilai sudah baik karena telah sesuai dengan teori yang ada. Hal ini terlihat dari berjalannya komunikasi pemasaran sesuai dengan fungsinya masing-masing. Namun komunikasi pemasaran yang meliputi poster, katalog dan blog dinilai kurang baik. Hal ini dikarenakan kurang menariknya poster, katalog dan blog, dalam segi gambar, warna, dan blog yang tak pernah terupdate.
2. Tanggapan konsumen tentang pelaksanaan komunikasi pemasaran di SB Mart Bumi Asri dinilai baik, terutama komunikasi pemasaran meliputi brosur, diskon, dan kupon. Artinya konsumen telah merasakan penawaran komunikasi pemasaran yang telah dilakukan SB Mart Bumi Asri.
3. Tingkat keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal di SB Mart Bumi Asri termasuk dalam kategori cukup baik. Ini karena masyarakat Bumi Asri yang bermayoritas beragama Islam belum terlalu paham akan pentingnya produk dalam kemasan berlabel halal, kemudian selain kehalalannya suatu produk konsumen juga harus memperhatikan produk yang higienis dan terjamin kandungan gizinya.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi pemasaran dengan keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal di SB Mart Bumi Asri dengan tingkat pengaruh yang kuat dengan nilai $p = 0.000$, koefisien korelasi sebesar $0,727$ ($R = 72,7\%$), koefisien determinan ($R\text{-Square}/ R^2$) sebesar $52,9\%$. Ini berarti semakin meningkat pelaksanaan komunikasi pemasaran di SB Mart Bumi Asri maka semakin meningkat pula keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal pada konsumen.

5.2.Saran

Sebagaimana yang diuraikan di atas penulis pada bagian ini mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan, untuk bahan pertimbangan SB Mart Bumi Asri dalam mengambil keputusan untuk melakukan komunikasi pemasaran. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. SB Mart Bumi Asri sebaiknya menggunakan komunikasi pemasaran secara maksimal seperti brosur, diskon, dan kupon yang menarik dan variatif yang diberikan dalam pembelian produk tertentu. Namun sebelum terjadi penambahan komunikasi pemasaran yang lain ada baiknya alat komunikasi pemasaran yang ada di maksimalkan terlebih dahulu karena alat komunikasi pemasaran yang digunakan termasuk kategori kurang baik.

2. SB Mart Bumi Asri sebaiknya dapat memaksimalkan komunikasi pemasaran yang ada sehingga bisnis ritel dapat lebih menjangkau target pasar (pelanggan) secara lebih luas.
3. Peneliti selanjutnya sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya terutama mengenai pemasaran yang berhubungan dengan perilaku konsumen khususnya mengenai pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan berlabel halal dengan mengembangkan variabel yang lebih luas.

