

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melalui upaya yang panjang dan dengan kesungguhan yang maksimal, maka penulis sampai pada bab terakhir yang merupakan intisari dari pembahasan penelitian ini. Pada bab ini, akan kami ketengahkan beberapa simpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang “Analisis Daya Tarik Konsumen Melalui Media Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Foto Copy *CreativePrinting* Kudus”. Maka penulis dapat menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. Daya tarik konsumen melalui promosi di Foto Copy *CreativePrinting* Kudus berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya perencanaan yang diterapkan di Foto Copy tersebut. Perencanaan media promosi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus dilaksanakan dengan penuh seksama. Yaitu dengan membuat media yang akan dipromosikan baik dari internet, ataupun langsung kepada konsumen. Karena, dengan ada perencanaan yang pasti, akan menjadikan promosi lebih bagus dan terkendali. Adapun mediana yaitu lewat BBM, *facebook*, dan *web* lainnya. Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat Banner, selebaran kertas dengan harga terjangkau dan hasil berkualitas.
2. Peningkatan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus dilakukan dengan promosi secara terus menerus, *up to date* (setiap saat), baik dari BBM, *facebook*, dan *web* lainnya. Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat Banner, selebaran kertas dengan harga terjangkau dan hasil berkualitas.
3. Daya tarik konsumen melalui promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus dilakukan dengan tahapan-tahapan yang sudah direncanakan. Tahapan model promosi yang ada di Foto Copy *Creative Printing* Kudus ada dua, yaitu: *Pertama*,

periklanan dan publisitas, yaitu media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dalam satu waktu tertentu. *Kedua*, Penjualan Pribadi yaitu terjadi interaksi langsung, saling bertemu. Faktor daya tarik konsumen maksudnya adalah sesuatu yang menjadikan konsumen tertarik dengan produk yang dimiliki oleh Foto Copy *Creative Printing* Kudus. Adapun faktor-faktornya adalah: memberikan layanan yang terbaik baik dari foto copy, penjilidan, scanner, dan yang paling penting harga terjangkau. Lebih-lebih pada saat ini Foto Copy *Creative Printing* Kudus memberikan layanan 24 jam non stop, bisa langsung kirim via online misalnya lewat BBM, WA, email dan *facebook*. Dalam hal ini konsumen hanya mengirimkan naskah berupa file, setelah itu tergantung janji pengambilan

B. Saran-saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini, dengan berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka ada beberapa hal yang mungkin dapat menjadi bahan masukan antara lain:

1. Dalam menerapkan daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan, pemilik foto copy harus lebih variatif, inovatif dalam meningkatkan kualitas hasil, agar konsumen puas dengan apa yang dibelinya.
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam daya tarik konsumen melalui media ajang promosi dalam meningkatkan volume penjualan.
3. Diharapkan dapat memberi solusi dalam penjualan produk, agar nantinya media promosi dalam meningkatkan volume penjualan berjalan dengan maksimal.