

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Setelah meneliti, membahas dan menguraikan tentang implementasi strategi *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko Elektra Komputer Jepara, serta menganalisis faktor penghambat beserta solusinya penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang di implementasikan oleh Elektra Komputer untuk mempengaruhi keputusan konsumen adalah melalui 4P yaitu:
  - a. *Product* (Produk): produk yang di tawarkan toko Elektra komputer termasuk kedalam produk konsumen dan produk industri. Selain itu Elektra komputer Jepara juga membagi produknya menjadi empat tingkatan yaitu: *Core benefit*, *Expect product*, *Augmen product*, dan *potential product*
  - b. *Price* (Harga): strategi harga yang di gunakan termasuk kedalam *multiple unit pricing* dan *pricing lining*
  - c. *Place* (Tempat): Strategi distribusi yang digunakan oleh Elektra Komputer merupakan strategi distribusi intensif
  - d. *Promotion* (Promosi): Elektra Komputer dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan elemen-elemen advertising, *personal selling*, *public relation and publicity*, dan *sales promotion*.
2. Ada dua faktor penghambat yang di toko Elektra komputer Jepara dalam mengimplementasikan strategi bauran pemasaran yaitu:
  - a. Kurangnya pemanfaatan teknologi yang diakibatkan oleh kurangnya SDM yang ada.
  - b. Hadirnya pesaing baru yang menggunakan strategi pemasaran yang sama dengan toko Elektra Komputer Jepara.
3. Solusi yang dapat di berikan terhadap faktor penghambat yang ada meliputi:
  - a. Menambah SDM yang di khususkan dalam bidang pemasaran sehingga pemanfaatan teknologi untuk pemasaran akan lebih maksimal.

- b. Melakukan Implementasi strategi pemasaran baru untuk menjadi pembeda dengan konsumen dan menjadi nilai lebih di hadapan kinsmen.

## B. Saran-saran

Sebagai akhir dalam penulisan skripsi, peneliti ingin menyampaikan beberapa masukan kepada Elektra Komputer Jepara meliputi:

1. Elektra komputer perlu menekankan pentingnya strategi 4P (*Product, Price, Promotion, Place*), bahwa strategi tersebut memiliki peran penting terhadap laju perusahaan dalam bersaing, bertahan, dan berkembangnya suatu perusahaan.
2. Elektra Komputer harus mampu menjaga kualitas produk dan pelayanan yang di berikan terhadap konsumen.
3. Elektra komputer Jepara perlu mengembangkan jangkauan pasar yang lebih luas lagi dengan meningkatkan inntensitas promosi produk yang di tawarkan.
4. Sumber daya manusia yang di miliki Elektra komputer harus memiliki bekal public speaking yang bagus guna membantu meningkatkan minat konsumen.
5. Memperbanyak SDM dengan merekrut karyawan tambahan untuk membantu dalam proses pemasaran produk.