

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian serta menganalisa bauran tentang strategi komunikasi pemasaran 4P (prouk, price, place, promotion) yang terdapat di toko Anak Gawang 22, khususnya di akun sosial media Instagram @anakgawang22, penulis mengembangkan beberapa kesimpulan, kesimpulan diantaranya yaitu :

- 1 Anak Gawang 22 memiliki berbagai jenis produk sepatu bekas original dengan beberapa merek ternama yang sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama dibidang fashion dan dengan harga yang cukup terjangkau dengan produk dan kualitas yang terbilang masih sangat cukup baik. Anak Gawang 22 memasarkan produknya di sosial media Instagram ke seuruh khalayak khusus nya daerah Bekasi, bahkan tebus hingga ke daerah luar provinsi jawa barat dan sekitarnya. Selain memasarkan produknya melalui sosial media Instagram, Anak Gawang 22 juga memasarkan produknya di toko nya langsung yang ber alamat di Jalan laskar dalam no 1a rt 05/03 Pekayon Jaya Bekasi Selatan, Kota Bekasi. Anak Gawang 22 juga menyediakan beberapa penawaran guna menarik minat beli konsumen, misalnya seperti mengadakan harga diskon serta memberikan bonus pada setiap pembelian pada produk produk tertentu, sebagai bentuk promosi untuk menarik perhatian calon konsumennya, dan membelikan pelayanan yang baik serta ramah agar customer merasa nyaman ketika sedang melakukan transaksi.
- 2 Penerapan sttrategi komunikasi pemasaran 4P (prouk, price, place, promotion) juga sangat berguna bagi Anak Gawang 22 dalam upaya menarik perhatian serta minat beli konsumen. Hal yang memengaruhi paling signifikan dari adanya penerapan strategi komunikasi pemasaran 4P (prouk, price, place, promotion) ini yaitu terkait detail foto produk yang jelas, dan dari segi harga, serta pemberian bonus untuk konsumen. Kemudian dari segi promosi di media sosial instagram dan bantuan orang

lain yang memperkenalkan produk Anak Gawang 22 kepada khalayak, itu sangat berpengaruh cukup baik bagi Anak Gawang 22. Dengan adanya hal tersebut yang bisa membuat Anak Gawang 22 semakin dikenal dengan khalayak, serta Anak Gawang 22 harus memberikan perbaikan pada sistem strateginya agar tidak terjadi lagi pengurangan pendapatan di tiap bulannya.

## 5.2 Saran

Dalam rangka untuk lebih dalam membangun kepercayaan minat beli konsumen melalui strategi komunikasi pemasaran di masa yang akan datang kedepannya, serta pada melakukan penelitian, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, sehingga penulis memiliki saran untuk Anak Gawang 22, yaitu :

1. Dalam unsur proses strategi komunikasi pemasaran pada akun instagram @anagawang22 sebaiknya lebih ditingkatkan lagi terkait promosinya, khususnya pada foto maupun video detail produk, agar tidak terlalu monoton namun jika ditampilkan beserta dengan Video-video unik, maka hal itu bisa sangat menarik perhatian para calon konsumen untuk melihatnya. Dan Perusahaan lebih di perhatikan lagi terkait produk yang akan dipasarkan agar tidak ada noda pada sepatu, dengan begitu dampak positifnya jadi konsumen bisa saja langsung tertarik membelinya ketika sudah melihat detail produk yang dipasarkan dengan kualitas sepatu maupun harga yang sudah ditentukan oleh perusahaan.
2. Strategi komunikasi pemasaran dalam upaya membangun minat beli konsumen pada akun sosial media instagram @anagawang22, maka penulis berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk perusahaan, supaya dapat memaksimalkan kembali terkait strategi komunikasinya.