

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran dari penulis untuk GL Zoovenir sebagai berikut :

1. Menambah kategori produk seperti aksesoris contohnya bando dengan bentuk telinga hewan, ikat rambut dan jepit rambut berbentuk hewan.
2. Tetap memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang sesuai.
3. Menambah rak / keranjang / tempat yang dapat dipindahkan untuk memajang produk yang ada pada gerai halte 6 dan pintu barat agar produk yang dipajang lebih lengkap.
4. Menambah staff atau mencari admin untuk fokus pada media sosial dan memulai kembali promosi melalui instagram serta bukalapak.
5. Menyusun strategi promosi khusus untuk gerai sendiri tanpa harus menumpang pada promosi Gembira Loka Zoo.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1.
Jakarta: Rajawali Pers.

Bestar, N. 2014. Souvenir Penting bagi Kota Pariwisata, diperoleh pada 12 Maret
2019 di: http://www.vegnastar.com/article_7.html

Gembira loka zoo kategori rekreasi diperoleh pada 26 Februari 2019 di
<http://gembiralokazoo.com/>

Google maps search Gembira Loka Zoo, diperoleh pada 25 Februari 2019 di
<http://googlemaps.com/>

Laksana. Fajar 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Cetakan ke-1.
Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nasution, A.H., I. Sudarso dan L. Trisunarno. 2006. *Manajemen Pemasaran untuk
Engineering*. Yogyakarta: ANDI

Undang – undang nomor 10 tahun 2009 diperoleh pada 7 Maret 2019 di
<http://peraturan.go.id/>

Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. LaksBang
PRESSindo

Purwanto, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Daya Saing*,
Desember 2012, PLATINUM,

Sunyoto Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1.

Yogyakarta: CAPS

Tjiptono, F., G. Chandra dan D. Adriana.2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:

Penerbit ANDI.

