

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran pada perusahaan didapatkan beberapa kesimpulan. Kesimpulan yang didapat menjadi jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan diawal adalah sebagai berikut :

1. Target pasar baru CV. Lotus Cinema Indonesia adalah klien wedding dan klien even yang memiliki rangkaian acara dan membutuhkan hasil video pada hari yang sama.
2. Posisi perusahaan dibanding dengan pesaing adalah dominan pada faktor harga dengan nilai 7,5, faktor promosi dengan nilai 7, faktor kualitas video dengan nilai 7,07, dan faktor citra perusahaan dengan nilai 6,5. Dan sebaliknya, berada diantara dua perusahaan pesaing pada faktor variasi produk dengan nilai 7, dan faktor waktu pembuatan video dengan nilai 6.
3. Melaksanakan strategi dengan meningkatkan faktor promosi dengan cara meningkatkan intensitas aktivitas pada media sosial dan menjalin kerjasama dengan lebih banyak vendor. Mengurangi faktor waktu pembuatan video. Menciptakan produk baru dan pelayanan baru yang belum pernah ditawarkan kepada konsumen, seperti *Same Day Edit (SDE)* dan *After Sales Service*

6.2 Saran

Saran diberikan penulis sebagai acuan untuk perbaikan dan penyempurnaan penelitian yang dapat dilakukan diwaktu mendatang, diantaranya adalah :

1. C.V Lotus Cinema Indonesia perlu membentuk tim promosi dan marketing untuk meningkatkan penjualan produk yang dimiliki.
2. Diperlukan adanya evaluasi terhadap sistem kerja yang sudah dilakukan seiring dengan peningkatan penjualan.
3. Pada penelitian selanjutnya penentuan jumlah sampel untuk konsumen tak terhingga sebaiknya menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = populasi

e = batas kesalahan (%)