

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah membahas dan menganalisis mengenai tanggapan dan minat beli konsumen terhadap produk suhun cap “Elang”, maka pada bab ini diberikan kesimpulan dan saran-saran yang bermanfaat bagi pabrik suhun cap “Elang” Palembang.

A. Kesimpulan

1. Target pasar suhun cap “Elang” adalah golongan menengah dan bawah seperti kaum pekerja atau buruh dan ibu rumah tangga. Daerah pemasarannya meliputi daerah Palembang, Bangka dan Bengkulu.
2. Minat beli dan loyalitas konsumen di Palembang terhadap suhun cap “Elang” adalah baik. Hal ini terbukti dengan pembelian ulang yang dilakukan konsumen. Minat beli biasanya dipengaruhi oleh kesan produk yang tercerminkan dalam kemasan produk dan promosi yang dilakukan.
3. Harga suhun cap “Elang” cukup bersaing. Hal ini terbukti bahwa harga suhun cap “Elang” lebih murah dan dengan kualitas yang relatif sama dibanding pesaingnya.
4. Saluran distribusi suhun cap “Elang” sudah cukup baik, hal ini terbukti dengan mudahnya suhun cap “Elang” didapatkan.
5. Belum banyak kegiatan promosi yang dilakukan oleh pabrik suhun cap “Elang” untuk meningkatkan penjualannya.

B. Saran.

1. Melakukan promosi seperti promosi penjualan, dan pemasangan spanduk-spanduk diwarung-warung dan toko-toko pengecer dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen.
2. Perlunya tenaga salesman yang dapat secara gencar memasarkan suhun cap Elang ke pasar dan toko – toko pengecer di Palembang.