

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai peran promosi penjualan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pada konsumen Toko Buku Murah Online Surabaya maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Toko Buku Murah Online menawarkan berbagai jenis kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian dengan cara menerapkan kegiatan promosi penjualan yaitu: diskon, harga kemasan, kupon, kontes, dan kartu member. Berbagai jenis kegiatan promosi penjualan tersebut membuat harga produk yang dijual menjadi sangat murah sehingga keputusan pembelian konsumen meningkat, dan para informan tertarik untuk melakukan pembelian di Toko Buku Murah Online.
2. Kegiatan promosi penjualan yang dianggap paling efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Murah Online adalah diskon dan kartu member. Diskon dianggap sebagai kegiatan promosi yang menawarkan nilai lebih kepada para informan sehingga informan tertarik untuk berbelanja di Toko Buku Murah Online. Selain itu dengan adanya kartu member yang dimiliki oleh beberapa informan juga menjadi hal yang memicu konsumen untuk semakin tertarik untuk melakukan pembelian, karena kartu member memberikan tambahan potongan harga yang bisa digabungkan dengan promo diskon. Penggabungan antara diskon dan kartu member

menjadikan produk-produk yang dijual di Toko Buku Murah Online menjadi jauh lebih murah dibandingkan dengan kegiatan promosi penjualan yang lain.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan kemampuan informan untuk memahami pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Ada beberapa dari informan yang pada saat wawancara hanya menjawab sekilas saja tanpa menguraikan lebih detail mengenai jawaban dari yang mereka jelaskan.
2. Keterbatasan waktu dalam mewawancarai informan sehingga informan yang diperoleh kurang detail.
3. Keterbatasan ruang untuk mengkroscek secara langsung kepada pihak internal Toko Buku Murah Online Surabaya sehingga data yang diperoleh dari hasil wawancara tidak didukung dengan data-data valid mengenai total penjualan di dalam Toko Buku Murah Online Surabaya.
4. Unit amatan yang diteliti hanya mencakup diskon, harga kemasan, kupon, kontes, dan kartu member. Sehingga unit amatan lain diluar penelitian ini tidak dibahas.

5.3 Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Buku Murah Online Surabaya

Diharapkan Toko Buku Murah Online Surabaya semakin meningkatkan kegiatan promosi penjualan, tidak hanya diskon dan kartu member, namun juga harga kemasan dan kupon. Selain itu, kegiatan promosi penjualan berupa

kontes sebaiknya diinformasikan melalui spanduk yang bisa diketahui oleh konsumen dan masyarakat umum secara luas. Hal ini dapat membuat orang-orang mengetahui bahwa ada kegiatan kontes di Toko Buku Murah Online Surabaya sehingga dapat menjaring konsumen baru dan konsumen yang sudah ada agar lebih tertarik berbelanja di Toko Buku Murah Online Surabaya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan agar peneliti selanjutnya lebih memperhatikan jenis kegiatan promosi lain yang sedang dikembangkan oleh Toko Buku Murah Online yang memiliki peluang besar untuk mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di Toko Buku Murah Online Surabaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Ahmad Puri. 2014. Definisi Promosi Penjualan. (Online) (<http://ahmadpuriteknik.blogspot.com/2012/12/definisi-promosi-penjualan>, diakses 2 november 2014)
- Blattberg.,Robert C., and Scott Neslin. 1995. *Sales Promotion: Concepts, Methods, Strategies*. New York: University of Michigan – Simon & Schuster.
- Burnett, John. 2010. Sales Promotion-Benefit. (Online) (<http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Res-Sec.Sales-Promotion>, diakses 2 November 2014)
- Crown Dirgantoro. 2001. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Grasindo
- Daft, Richard L. 2007. *Manajemen*, Edisi enam. Jakarta: Salemba Empat
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- <http://www.instagram.com/tokobukumurahonline>, diakses tanggal 7 januari 2015
- <http://www.tokobukumurahonline.com>, diakses tanggal 7 april 2015
- http://www.twitter.com/tbmo_sby, diakses tanggal 24 januari 2015
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2009. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi satu. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and KL Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*,Edisi ketiga belas, Diterjemahkan oleh Bob Sabran. MM. Jakarta
- Lupiyoadi Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan pertama, Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Mahmud Machfoedz. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Miles, Mathew B and huberman A. Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru, Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohandi Rohidi.Jakarta : UI-PRESS
- Sofjan Assauri. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Yin K, Robert. 2011. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta : Rajawali Pers