

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dengan judul strategi komunikasi pemasaran durian jatuhan H.Arif dalam meningkatkan minat beli konsumen, melalui wawancara mendalam, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi produk (*product*), Strategi yang dimiliki oleh Durian Jatuhan H.Arif sangat kuat diantaranya : produk yang berkualitas bahkan bergaransi, produk sangat memenuhi kebutuhan konsumen, ditambah lagi dengan penampilan durian yang sangat menarik dengan berbagai masing-masing bentuknya, serta daya tahan durian yang bertahan hingga berjam-jam bahkan berminggu-minggu, selain lokasi perusahaan yang strategis, sarana dan prasarana cukup lengkap desain kedai yang sangat menarik dan nyaman , serta sumber daya manusia yang sangat ulet dalam memberikan pelayanan serta dalam sortasi produk
2. Strategi harga (*price*), penentuan harga dengan harga yang tinggi disesuaikan dengan tingkat kualitas produknya, makin mahal harga duriannya makin legit dan manis dagingnya karena harga merupakan hal faktor paling utama sebagai

penentu posisi yang diharuskan disesuaikan dengan sasaran pasar.

3. Strategi promosi (*promotion*), dengan menerapkan sistem promosi/ pemasaran sebagai berikut :
 - a) Iklan/advertising : Strategi ini menggunakan visual seperti memasang reklame dan spanduk.
 - b) *Sales Promotion*/Penjualan Personal: strategi yang dilakukan disini ialah dengan melakukan pengurangan harga dan pemberian hadiah kepada konsumen dihari tertentu (jika sedang musim durian/acara spesial) gratis untuk ibu hamil dan durian bergaransi.
 - c) *Interactive Marketing*/Pemasaran Internet : instagram, tiktok, twitter, youtube, facebook dan *website*.
 - d) *Event Marketing*/ Pemasaran Event: turut berperan dalam kegiatan pemerintahan dan juga acara pameran/bazar di event-event durian lainnya.
 - e) *Word Of Mouth* Komunikasi dari mulut ke mulut: keluarga, teman, relasi,orang lain, konsumen dan sebagainya.

B. Saran

Selama melakukan penelitian di Durian Jatuh H.Arif, peneliti berupaya memberikan saran/masukan mengenai implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh

durian jatuhan H.arif dalam meningkatkan minat beli konsumen antara lain sebagai berikut:

1. Adanya bidang social media manajemen, dengan adanya seseorang ataupun bagian khusus manajemen sosial media maka akan menjadikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh durian jatuhan h.arif menjadi sempurna serta tidak membebani pegawai lain yang sudah mendapatkan tugas tersendiri sehingga bisa fokus.
2. Mencari seseorang yang mahir dibidang kreativitas seperti fotografi dan video grafik sehingga .menjadikan. produk yang dipasarkan lebih memikat dan *Aesthetic* dan meningkatkan minat beli konsumen.
3. Durian Jatuhan H.Arif perlu lebih mengembangkan lagi terkait keperluan operasional, pembelian bahan baku dan keperluan, jumlah stok produk lainnya, agar keuangan lebih rinci dan rapi sehingga memudahkan perusahaan djha untuk menganalisis perkembangan perusahaan.