

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian diperoleh bahwa seluruh elemen bauran pemasaran / marketing mix yang terdiri atas *product, price, place* dan *promotion* “empat P” mempunyai peranan dalam. Adapun rincian hal-hal yang meningkatkan omzet penjualan dari masing-masing elemen *marketing mix* dijelaskan sebagai berikut :

Product: PT. Sophie Paris sangat memperhatikan kualitas dari produk karena produk adalah perhatian utama bagi para member Sophie Paris.

Price: Potongan harga sebesar 30%, 50% sampai dengan 70% adalah strategi yang turut mempertahankan pembeli untuk tetap berbelanja produk Sophie Paris.

Place: Adanya beberapa outlet juga membantu pendistribusian produk Sophie Paris untuk mempermudah para member *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing dalam berbelanja produk Sophie Paris.

Promotion: Strategi promosi yang memberi pengaruh baik bagi peningkatan omzet yaitu adanya event BC yang rutin diadakan oleh PT. Sophie Paris.

## B. Saran

Saran dari hasil penelitian, Peneliti memberikan beberapa saran demi peningkatan omzet penjualan produk Sophie Paris adalah sebagai berikut :

1. PT. Sophie Paris agar selalu memperhatikan, menjaga dan meningkatkan kualitas dari produk karena produk adalah perhatian utama bagi para member Sophie Paris.
2. *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing Surabaya sebaiknya menata ulang tata letak dan suasana outlet agar lebih nyaman bagi member untuk berbelanja produk Sophie paris.
3. Meningkatkan keikutsertaan member dalam berbagai event-event *Bussiness Centre* untuk bisa memperluas jaringan dan mendapatkan member baru lebih banyak lagi. Serta selalu menjaga hubungan baik dengan para member-member yang sudah ada, agar supaya mereka tetap berbelanja produk Sophie Paris di *Bussiness Centre* Kho Pwee Bing Surabaya.