

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.