

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan:

1. Pengaruh Iklan terhadap Penjualan Iklan yang menarik dan relevan memiliki dampak besar dalam meningkatkan kesadaran merek serta membangun persepsi positif terhadap produk yang ditawarkan oleh dealer. Elemen visual yang menarik, narasi persuasif, serta pemilihan media yang tepat menjadi faktor utama yang menentukan efektivitas iklan. Media digital seperti media sosial dan Google Ads terbukti lebih efektif dibandingkan media konvensional dalam menjangkau target pasar yang lebih spesifik.
2. Efektivitas Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Strategi promosi yang tepat, seperti diskon, cashback, bundling produk, serta program loyalitas pelanggan, terbukti mampu meningkatkan daya tarik pembelian. Selain itu, promosi yang bersifat terbatas atau eksklusif juga memberikan efek psikologis yang mendorong pelanggan untuk segera melakukan transaksi.
3. Kombinasi Iklan dan Promosi dalam Strategi Pemasaran Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara iklan dan promosi memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan penjualan dibandingkan jika hanya menggunakan salah satu strategi saja. Iklan yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan ketertarikan pelanggan, sementara promosi memberikan insentif langsung yang mendorong keputusan pembelian.
4. Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas Penggunaan alat analitik dalam pemasaran, seperti Google Analytics dan data engagement di media sosial, terbukti sangat membantu dalam mengukur efektivitas iklan dan promosi. Dengan data yang terukur, dealer dapat melakukan perbaikan strategi secara lebih akurat dan menyesuaikan kampanye pemasaran agar lebih optimal.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan oleh dealer untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran:

1. Meningkatkan Kualitas dan Kreativitas Iklan Dealer sebaiknya terus mengembangkan konten iklan yang lebih kreatif, inovatif, dan sesuai dengan tren pasar. Penggunaan video interaktif, *storytelling*, serta influencer marketing dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas iklan dalam menjangkau calon pelanggan.
2. Memanfaatkan Teknologi Digital Secara Optimal Meningkatkan efektivitas iklan digital yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional, dealer disarankan untuk lebih fokus pada pemasaran digital. Strategi seperti *Search Engine Optimization* (SEO), Google Ads, dan pemasaran media sosial harus terus dikembangkan agar lebih efektif dalam menjangkau target pasar yang tepat.
3. Menyesuaikan Strategi Promosi dengan Perilaku Konsumen Dealer perlu lebih memahami perilaku konsumsi pelanggan dan menyesuaikan strategi promosi berdasarkan tren dan preferensi pasar. Misalnya, promo cashback atau cicilan nol persen dapat lebih menarik bagi konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran.
4. Menggunakan Data untuk Evaluasi dan Optimalisasi Promosi Setiap kampanye iklan dan promosi harus terus dievaluasi menggunakan data yang tersedia. Dealer sebaiknya memanfaatkan analitik pemasaran untuk mengetahui efektivitas strategi yang digunakan serta melakukan perbaikan yang diperlukan agar hasilnya lebih optimal.

Mengembangkan Program Loyalitas Pelanggan Selain menarik pelanggan baru, dealer juga perlu mempertahankan pelanggan lama melalui program loyalitas, seperti poin reward, diskon khusus untuk pelanggan setia, atau layanan after-sales yang lebih baik. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong repeat order.