

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Selama penulis dalam menyelesaikan penelitian ini yang dilaksanakan di XXI *Cafe* PTC Surabaya. Maka penulis dapat simpulkan bahwa: XXI *Cafe* PTC Surabaya telah menerapkan bauran promosi yang terdiri dari periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Dalam hal ini *personal selling* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan penjualan produk, karena tim *sales* menawarkan produk dan bertatap muka secara langsung kepada customer. Tim *sales* dapat meyakinkan customer dalam membeli suatu produk yang telah ditawarkan. Namun dari target yang ditentukan perusahaan sebesar 50% dari daya serap pengunjung yang mampir ke kafe, tim *sales* hanya mampu mencapai target sebesar 30%. Sehingga tim *sales* masih belum mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

#### **B. Saran**

Setelah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran yang mungkin bisa dijadikan masukan untuk XXI *Cafe* sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi XXI *Cafe* PTC Surabaya untuk mengambil

keputusan mengenai strategi bauran promosi yang akan dilakukan kedepannya sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

- b. Meningkatkan kerja sama antardepartemen yang berbeda.
- c. Dapat menggunakan waktu dengan sebaik mungkin dalam mengerjakan tugas yang sudah menjadi tanggung jawab masing-masing.
- d. Manajemen *XXI Cafe* merupakan perusahaan yang diatur secara profesional, tetap menjaga mutu standar produk dan terus meningkatkan produktivitas perusahaan guna mencapai target perusahaan.
- e. Tim *sales* diharapkan lebih kreatif, selalu inovatif dan tetap semangat dalam melakukan penawaran kepada seluruh customer. Anggap *customer* adalah keluarga sehingga ciptakan suasana yang menyenangkan, nyaman dan buat *customer* tersenyum, namun harus tetap tahu batasan-batasannya. Tidak hanya itu saja perusahaan lebih peduli dengan tim *sales* misal *grooming* dalam *make-up*, berpakaian, kebersihan diri, dll. Agar *customer* lebih tertarik. Karena tidak hanya produk yang dijual, penampilan juga dapat mendukung dalam melakukan suatu penawaran penjualan.