

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dilakukan pada More Vapor, penulis mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh More Vapor. Kesimpulan yang dapat dipaparkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis dengan narasumber yang telah ditentukan.

Strategi promosi yang sudah dilakukan oleh More Vapor dalam meningkatkan omset penjualan dan daya beli vaporizer di Yogyakarta :

- 1) Dalam upaya meningkatkan omset penjualan, More Vapor melakukan beberapa cara dan melalui berbagai media. Media online menjadi salah satu media yang digunakan More Vapor melakukan proses promosi dan penjualan produk. Melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, memaksimalkan promosi produk mereka kepada khalayak terutama anak muda. *Segmentasi*, More Vapor memfokuskan pada usia remaja yang aktif dan yang mengikuti *life style*.

Salah satunya ialah instagram, instagram merupakan media sosial yang sangat digemari anak muda. More Vapor sendiri memanfaatkan instagram sebagai media promosi. Selain itu More Vapor juga

memanfaatkan instagram sebagai sarana penjualan liquid maupun vapor karena memang banyak pembeli online yang memesan melalui instagram ini.

- 2) Strategi promosi yang dilakukan More Vapor ialah *endorsement* kepada artis maupun musisi tenar menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan market leader. Adanya artis maupun musisi menjadikan More vapor semakin dikenal masyarakat khususnya anak muda dan fans-fans dari artis atau musisi tersebut akan menggunakan produk-produk dari More vapor.
- 3) More Vapor juga menggunakan media pameran, pameran ini juga termasuk dalam pemasaran atau penjualan langsung kepada konsumen. Hal ini dilakukan dalam upaya meraih konsumen dan meningkatkan penjualan produk More Vapor.
- 4) Strategi yang dilakukan More vapor ialah dengan memaksimalkan bauran pemasaran yang meliputi 4P (Product, Price, Place dan Promotion). More Vapor menekankan kepada kualitas produk yang berkualitas, agar mampu bersaing dengan kompetitor.
- 5) Konsep atau Flyer yang sudah digunakan More Vapor sudah Efektif untuk menjaring konsumennya dengan beberapa standarisasi yang sudah ada sehingga mampu memikat konsumen More Vapor untuk lebih tertarik dalam melakukan promosinya. Namun masih ada satu

point yang belum direalisasikan oleh More Vapor, yaitu dengan menggunakan foto yang tidak lazim.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di More Vaporini, penulis memberikan saran :

1. Lebih memaksimalkan promosi melalui media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. Up date informasi maupun produk secara berkala agar kosumen atau *follower* bisa tertarik dengan More Vapor.
2. Melakukan evaluasi khususnya dibidang marketing untuk meningkatkan penjualan melalui promosi, pemasaran langsung, penjualan personal maupun mengikuti pameran skala nasional.
3. Mengendoros artis atau grup band yang lebih tenar atau berskala nasional agar produk More Vapor lebih dikenal masyarakat luas.
4. Memanfaatkan fitur-fitur tambahan didalam media sosial yang sudah disediakan, seperti Live show atau siaran secara langsung untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen yang berada di tempat yang berbeda.
5. Koran dan majalah dinilai kurang efektif dalam media promosi yang dilakukan oleh More Vapor, sebaiknya gunakan media promosi yang lain untuk menggantikan opsional menggunakan media cetak seperti koran, contoh

lainnya adalah majalah atau yang lain, karena majalah masih ada beberapa yang men-segmentasikan untuk kalangan remaja.

6. Didalam poin-poin yang dijelaskan didalam brosur atau flyer More Vapor masih ada satu foto yang biasa saja, akan lebih baik jika foto yang digunakan adalah foto yang tidak lazim atau *nyeleneh* agar bisa lebih memikat minat para konsumen More Vapor.