

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengelolaan *event* reguler yang meliputi perencanaan, implementasi dan evaluasi sebagai strategi promosi Galeria dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan omset penjualan, maka dapat ditarik kesimpulan:

Perencanaan yang dilakukan galeria mall dapan event reguler gale ceria ini, dari menetapkan tujuan, memilih pengsi acara, menetapkan tujuan, menggunakan media promosi serta anggaran dana event sudah dapat mempengaruhi banyak orang untuk menyaksikan event tersebut. Media iklan brosur , surat kabar, radio sudah efektif.

Pelaksanaan *event* reguler yang dilaksanakan oleh Galeria Mall mendapat respon yang baik dari masyarakat, hal ini dapat ditunjukan dari banyaknya masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Sehingga dapat dikatakan *event* yang dilaksanakan berhasil dalam menarik masyarakat untuk mengunjungi Galeria Mall. Dengan ditunjukkannya angka jumlah pengnjung kisaran 11.000 orang pada saat diselenggarakan event. Serta jumlah omset penjualan tenant yang berada di galleria mall juga mengalami peningkatan kirsaran 40 – 50% per event. Sehingga tujuan dari penyelenggaraan event ini sudah sesuai dengan capaiannya.

Evaluasi yang dilakukan pihak galleria mall dalam hal event regular gale ceria ini, dengan mengukur capaian dengantarget yang di tentukan. Bahwa target saat diadakannya event bisa menaikkan pengunjung 20% dari weekend biasa dari pengunjung 9.500 per hari bias menjadi 11.000 perhari.

## B. Saran

Untuk saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini terkait dengan Strategi Promosi Mall Galeria dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan omset penjualan adalah:

1. Perencanaan yang dilakukan galleria mall dalam publikasi event gale ceria ini, bias dilakukan lebih menarik lagi yaitu brosur bisa di masukkan kalimat persuasive yang menarik pembaca, web site di up date secara rutin mengenai event yang akan berlangsung beserta tema yang menarik dan pengisi acara, pemasangan iklan di televise local walaupun hanya tulisan seperti isi brosur.
2. Pelaksanaan Untuk dapat lebih menyemarakkan dan lebih meramaikan di Galeria Mall, maká disarankan mencari alternatif strategi tambahan selain melaksanakan *event* reguler yang sudah dilaksanakan saat ini. Seperti mencoba melaksanakan *event* outdoor untuk lebih mengenalkan keberadaan Galeria Mall. Atau dapat juga melaksanakan Galeria *goes to schoo*. Serta diperbanyak diskon / kupon belanja di tenant tenant yang ada di sana agar lebih menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi.

3. Evaluasi pihak galleria dapat menggunakan penyebaran kuesioner ke pengunjung untuk mengukur pesan yang tersampaikan kepada mereka, jadi tidak hanya terpaku pada jumlah banyaknya pengunjung. Sehingga dapat mengetahui pula apakah pengunjung minat untuk kembali berkunjung lagi ke galleria ada atau tidak adanya event.