

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Program Promosi pada Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan oleh Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung sudah cukup bagus dilakukan.
2. Loyalitas konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung sudah cukup bagus.
3. Promosi secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.
4. Bauran promosi yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung adalah *sales promotion* dan *word of mouth*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Program Promosi pada Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung, adapun saran-saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk program promosi di Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung terus mempertahankan program – program bauran promosi yang telah dilakukannya, karena memberikan hasil yang cukup efektif terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan peningkatan periklanan dimedia masa, media sosial atau dengan promosi penjualan yang lebih sering dan berkelanjutan. Pihak Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung harus lebih aktif lagi dalam memperbaharui informasi-informasi terbaru mengenai Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung didalam *website* , *twitter*, *instagram*, *facebook*, dan lain-lain secara berkala.

2. Rajin meminta umpan balik dari pelanggan untuk mengukur pendapat pelanggan dan memahami pelanggan lebih baik lagi, selain itu umpan balik juga berfungsi untuk menjalin interaksi dengan pelanggan agar pelanggan merasa memiliki hubungan atau terhubung dengan *brand*. Hal ini bisa dilakukan dengan cara Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung rajin membalas setiap komentar kritik ataupun saran dari konsumen yang berada di sosial media ataupun yang melalui *email*. Selain itu bisa dilakukan dengan cara memberikan *guest comment* kepada konsumen yang dilakukan setiap satu bulan sekali sehingga Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung bisa melihat sejauh mana penilaian konsumen serta kritik dan saran konsumen atas Suis Butcher Steak House Setiabudhi Bandung.
3. Meningkatkan frekuensi *posting* dalam *facebook* dan *instagram* agar pelanggan tetap di 'hujani' dengan informasi perusahaan agar nantinya tercipta pemahaman yang dalam mengenai perusahaan. Pemahaman akan perusahaan nantinya akan membuka jalan untuk meningkatnya kepercayaan terhadap *brand*. Konten unggahan *posting* haruslah dapat membedakan *brand* perusahaan dengan merk lainnya. Karena itu konten haruslah unik, menarik dan mencerminkan perusahaan.
4. Alangkah baiknya meningkatkan promosi dengan membagikan selebaran. Misalnya di jalan dekat restoran, mall dan pusat perbelanjaan, kampus, kantor dan lainnya. Dengan adanya selebaran tersebut, maka akan memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi khususnya apabila terdapat menu baru.
5. Sebagai salah satu bentuk promosi maka restoran dapat menghubungi konsumen (misalnya melalui sms) jika restoran mengadakan event – event tertentu, seperti: event diskon pada saat Natal, Lebaran, Tahun Baru dan lain-lain.