

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

##### 1. Promosi Penjualan melalui Demonstrasi Plot

Dimensi dari promosi penjualan melalui demonstrasi plot yang paling tinggi skornya samapi yang paling kecil skornya adalah *media*, *place*, dan *time*. Hal ini membuktikan bahwa CV. Bunga Gresik sangat mempertimbangkan instrumen yang tepat untuk mengkomunikasikan kinerja produknya. *Media* yang dipilih oleh CV. Bunga Gresik yaitu demonstrasi dengan istilah demonstrasi plot karena dengan metoda ini konsumen dalam ha ini petani dapat melihat kinerja produk secara langsung.

##### 2. Kesadaran Merek Pupuk S-P(BG)36

Indikator *Top Of Mind* dari merek pupuk S-P(BG)36 lebih besar skornya kemudian *Unware of Brand*, *Brand Recall*, dan skor yang paling kecil yaitu *Brand Recognition* dan. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden menyadari adanya merek pupuk S-P(BG)36.

##### 3. Tingkat Keputusan Pembelian

Gambaran tingkat keputusan pembelian pupuk S-P(BG)36 secara umum sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang di urutkan dari yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling

dominan adalah pembelian berdasarkan penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran, memilih merek, memilih produk dan memilih pemasok.

4. Promosi penjualan melalui demonstrasi plot memiliki pengaruh yang kuat terhadap kesadaran merek. Berdasarkan hasil perhitungan pembentukan nilai melalui Promosi penjualan melalui demonstrasi plot lebih dipengaruhi oleh dimensi *media*.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kesadaran merek memiliki pengaruh yang kuat terhadap tingkat keputusan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan, kesadaran merek yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan adalah *Top of Mind*.
6. Promosi penjualan melalui demonstrasi plot berpengaruh kuat terhadap tingkat keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan pembentukan kepuasan melalui Promosi penjualan melalui demonstrasi plot lebih dipengaruhi oleh dimensi *media*.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai Promosi penjualan melalui demonstrasi plot agar dapat menciptakan kesadaran merek sehingga dapat meningkatkan keputusan menggunakan petani, yaitu:

1. Penilaianan pelanggan terhadap *time* dari pelaksanaan promosi penjualan melalui demonstrasi plot yang dinilai kurang oleh responden, oleh karena

itu evaluasi yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melaksanakan promosi penjualan yang sama dalam waktu yang lebih lama sehingga konsumen dapat lebih lama melihat kinerja produk.

2. Upaya untuk meningkatkan kesadaran merek dari pupuk S-P(BG)36 oleh konsumen diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih menyadarkan konsumen akan keberadaan produk S-P(BG)36, misalnya dengan meningkatkan citra/kepercayaan konsumen terhadap merek S-P(BG)36, misalnya; melakukan promosi penjualan dengan lebih gencar lagi dengan tidak hanya menggunakan strategi demonstrasi plot saja.
3. Upaya untuk meningkatkan memilih pemasok pupuk S-P(BG)36 oleh konsumen diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih meyakinkan kembali kepada konsumen akan produk pupuk S-P(BG)36, misalnya dengan meningkatkan ketersediaan produk pupuk S-P(BG)36, sehingga kredibilitas pupuk S-P(BG)36 terus meningkat dimata konsumen dan akhirnya akan meningkatkan frekuensi pembelian.