

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Dari kelima narasumber yang telah diwawancarai, penulis mendapatkan sebuah hasil sehingga dapat menemukan sebuah persoalan Promosi Penjualan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Produk Kopi Kapal Api, yakni diawali dampak positif dari Promosi yang memiliki respon baik nan mengembirakan untuk siapapun yang mendapat kesempatan tersebut, dan untuk membeli produk seseorang sudah sangat jelas dari 4P nya dan juga bagaimana diketahui bahwa Kapal Api Nomor 1 di Asia. Dampak buruk dari hal tersebut adalah konsumen yang tidak kebagian kuota promosi dan keputusan pembelian beberapa broduk yang memang beberapa kejadian yang pernah terjadi.

#### **1.2 Saran**

1. Promosi yang diberikan oleh perusahaan kepada toko dapat lebih dipilah dengan sangat bijak agar setiap konsumen mendapatkan jatahnya masing-masing.
2. Mendorong field marketing lebih tinggi melakukan demo dan free drink di setiap wilayah agar keputusan pembelian untuk produk nya pun akan berjalan semakin baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhima, Laili. Efektivitas Komunikasi Direct Selling Kartu Kredit Bri Di Balai Pengamanan Fasilitas Kesehatan (Bpfk) Surabaya. Diss. Universitas Airlangga, 2018.
- Abdi, Cysara Frans. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT." Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung (2015).
- Hidayat, D. "Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik, Jakarta." Departemen Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Indonesia (2003).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen pemasaran." (2009).
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. "dasar-dasar pemasaran, jilid 1, edisi kesembilan." Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta (2003).
- Mulyana, Deddy. "Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya)." (2003).
- Miles, MB dan Huberman, AM, 1992. "Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru" (Penerjemah: TR Rohidi), Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Richins, Marsha L. "Kata-kata negatif dari mulut ke mulut oleh konsumen yang tidak puas: Sebuah studi percontohan." Jurnal pemasaran 47.1 (1983): 68-78.
- Rosen, Emanuel. "Anatomi buzz: Cara membuat pemasaran dari mulut ke mulut." Manajemen Pemasaran 9.4 (2000): 62.
- Rosen, Emanuel. "Anatomi buzz: Cara membuat pemasaran dari mulut ke mulut."

Manajemen Pemasaran 9.4 (2000): 62.

Rustan, Ahmad Sultra, and Nurhakki Hakki. Pengantar ilmu komunikasi. Deepublish, 2017.

Robi Isa, S. U. G. A. R. A. (2014). Pengaruh Unsur–Unsur Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Imago Transcotama Surabaya (Doctoral Dissertation, Universitas Wijaya Putra).

West, Richard dan Lynn H. Turner. (2008). Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi. Buku 1. Terjemahan oleh Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.

Widiawati, Kristiana. "Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan." Jurnal Administrasi Kantor 7.1 (2019): 63-74.

#### **SKRIPSI**

Anggraini, Laela, AND Muhammad Awal Satrio Nugroho. “Strategi Pemasaran PT. Fastrata Buana Terhadap Produk Kopi Kapal Api Di Wilayah Yogyakarta”. Diss. STIE Widya Wiwaha, 2017.

Marie, Ryanno Jordan. “Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike”. Diss. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2018.

Puspasari, Meinar. "Evaluasi Jangkauan, Frekuensi dan Dampak Kegiatan Promosi Pada Ria Djenaka Good Food With Coffe Mood Jalan Bandung Kota Malang”.Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya]. Jurnal rnal Administrasi Bisnis (JAB) 9.4 (2013): 1-8.

#### **THESIS**

Acelian, Restu Muhammad. Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital Dana . Universitas Mercu Buana Jakarta, 2021.

Limawan. "Analisis Pengaruh Harga & Brand Image Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Mediasi Produk White Coffee Merk Kapal Api" Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta, 2018.

Ridwan, Muhammad. "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)". Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

#### **JURNAL**

Putri, Rami Syah, and Indra Safri. "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada Pt. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru." VALUTA 1.2 (2015): 298-321.

Widiyanti, Diyah, and Harti Harti. "Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya." Jurnal Manajemen Pemasaran 15.1 (2021): 50-60.

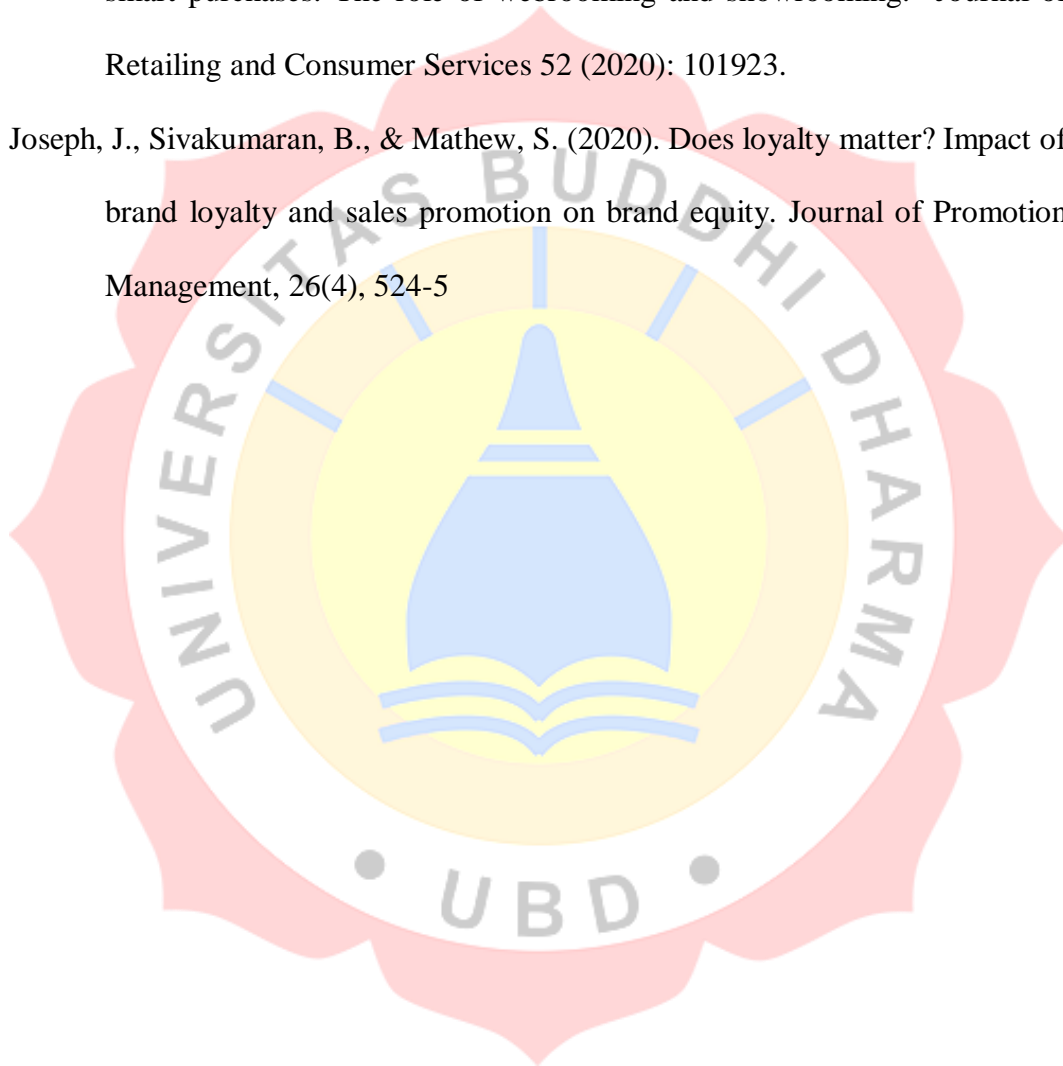
Wijoyo, Sehariyo, Muiszudin Muiszudin, and Dedi Hariyanto. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kopi Kapal Api Di Kota Pontianak." Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak 4.2 (2017).

#### **JURNAL INTERNASIONAL**

Adhikari, Nisha Sharma. "Effectiveness of advertising and sales promotion on smartphone purchasing decisions in the Kathmandu Valley." *Journal of Business and Social Science Research* 1.2 (2016): 169-184.

Flavián, Carlos, Raquel Gurrea, and Carlos Orús. "Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming." *Journal of Retailing and Consumer Services* 52 (2020): 101923.

Joseph, J., Sivakumaran, B., & Mathew, S. (2020). Does loyalty matter? Impact of brand loyalty and sales promotion on brand equity. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 524-5



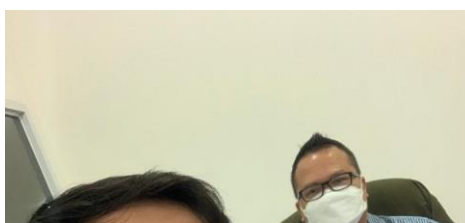
## **LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA**

1. Apakah anda mengetahui brand kopi kapal api?

2. Darimana anda mengetahui produk kopi kapal api?
3. Bagaimanakah harga dari produk kopi kapal api?
4. Dimana tempat yang cocok untuk menjual kopi kapal api?
5. Dari kalangan manakah target pasar kopi kapal api?
6. Varian kopi kapal api apakah yang paling laku dipasaran?
7. Bagaimana cara perusahaan memberikan promosi penjualan kopi kapal api?
8. Biasanya dalam satu hari berapa kalikah orang mengkonsumsi kapal api?
9. Strategi apakah yang dilakukan oleh marketing kapal api sehingga konsumen sangat antusias untuk membeli dan menjualnya?
10. Mengapa konsumen memilih produk kopi Kapal Api disbanding para kompetitornya?

## NARASUMBER

**Pertama** adalah bapak Ceng Giok yang berusia 45 tahun dengan profesi dan jabatan sebagai *Branch Manager* di PT Fastrata Buana Serpong.



**Kedua** adalah bapak Yoere Disantoro yang berusia 47 tahun dengan profesi dan jabatan sebagai *Sales Manager* di PT Fastrata Buana Serpong.



**Ketiga** adalah Jordan Themas Suryanto yang berusia 22 tahun dengan profesi dan jabatan sebagai *Sales Executive* Besi dan Baja di PT Sumber Sarana.





**Keempat** adalah bapak Anjar Andrias yang berusia 43 tahun dengan profesi dan jabatan sebagai *Security* di PT Fastrata Buana Serpong.



**Kelima** adalah bapak Puguh Adi Nugroho yang berusia 40 tahun dengan profesi dan jabatan sebagai *Brand Manager* di PT Fastrata Buana Pandeglang.





UNIVERSITAS

BINA NUSANTARA

UBD



**Universitas  
Buddhi Dharma**  
Kreativitas membangkitkan inovasi

Code Verification:

Ze3DWmyK16



August 29, 2022

**Editor Explanation:**

Dears **STEVEN SUTANTO**  
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Faculty : Sosial & Humaniora/Ilmu Komunikasi

Title : PROMOSI PENJUALAN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KAPAL API (Studi Deskriptif tentang penggunaan  
Produk Kapal Api di Fastrata Buana Serpong)

ID Student : 20180400008

**Turnitin** suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 12415

Character Count : 77061

**Similarity Index** : **29**

Internet Source : 29

Publication : 10

Student Paper : 18

Exclude quotes : Off

Exclude bibliography : On

Exclude matches : 10 words

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,  
**Riki, M.Kom**  
UBD-Training Center

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Identitas Pribadi

Nama : Steven Sutanto  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 20 Agustus 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Buddha  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Karawaci Ilir, Tangerang  
Nomor Telepon : 089531329632/081384944694  
Email : [limsteven122@gmail.com](mailto:limsteven122@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

TK : Perguruan Buddhi  
SD : Perguruan Buddhi  
SMP : Perguruan Buddhi  
SMK : Perguruan Buddhi  
Universitas : Buddhi Dharma

### Riwayat Pekerjaan

2018-2022 : PT. Fastrata Buana (Kapal Api Group)





**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

## KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180400008  
Nama Mahasiswa : STEVEN SUTANTO  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Ganjil  
Dosen Pembimbing : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom  
Judul Skripsi : PROMOSI PENJUALAN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAPAL API (Studi Deskriptif pada penggunaan Produk Kapal Api di PT Fastrata Buana Serpong)

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-03-16	Introduction What Is Thesis and how do we start?	GH
2022-03-24	Pengumpulan judul Skripsi dan koreksi draft Bab 1-3	GH
2022-03-30	Menulis LBM, koreksi draft skripsi	GH
2022-04-13	Koreksi BAB 2	GH
2022-04-25	KOREKSI BAB 2 & 3	GH
2022-06-24	Revisi BAB 1,2,3	GH
2022-07-19	REVISI BAB 1,2,3, dan Membuat pedoman wawancara	GH
2022-07-25	Revisi Bab 3 dan 4	GH
2022-07-29	REVISI BAB 2 dan BAB 4	GH

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Galuh Kusuma Hapsari, M.IKom.  
FAKULTAS  
SOSIAL DAN HUMANIORA

Tangerang, 30 August 2022

Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom