

BAB IV

PENUTUP

4.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan volume Pengunjung pada Event Marketing di Solo Paragon Lifestyle Mall maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran terpadu dari Solo Paragon Lifestyle Mall dengan mengacu pada beberapa elemen pemasaran yaitu strategi produk, strategi tempat, strategi harga, dan strategi promosi. Strategi Promosi Solo Paragon Lifestyle Mall kemudian juga mengacu pada elemen komunikasi pemasaran yaitu pengalaman (*experiences*), periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan hubungan masyarakat (*public relation*)
2. Pelaksanakan elemen komunikasi pemasaran terpadu, manajemen Solo Paragon Lifestyle Mall sering kali menemui kendala baik dalam internal maupun eksternal.
3. Hambatan - hambatan tersebut diakibatkan keterbatasan sumber daya yang ada sehingga, kurang maksimal pelaksanaan strategi pemasaran yang berakibat tidak tercapainya target pengunjung yang sudah ditetapkan sebelumnya.

4. Analisis SWOT serta solusi - solusi yang penulis uraikan dalam bab pembahasan, semoga bisa menjadi salah satu tolak ukur dan bahan evaluasi manajemen Solo Paragon Lifestyle Mall dalam meningkatkan pengunjung dan bersaing dengan kompetitor

4.2. Saran

Saran yang diberikan penulis untuk PT. Sunindo Gapura Prima (Solo Paragon Lifestyle Mall) yaitu:

1. Manajemen Solo Paragon Lifestyle Mall sudah menerapkan strategi pemasaran terpadu dengan baik, akan tetapi masih ada beberapa elemen yang dirasa kurang maksimal salah satunya di bauran komunikasi pemasaran dan bagian strategi promosi merupakan suatu langkah yang tepat dan kompleks untuk mendongkrak jumlah pengunjung
2. Manajemen Solo Paragon Lifestyle Mall lebih baik menambah tim *marketing* khususnya bagian administrator media sosial yang akan memaksimalkan penggunaan media sosial. Mengingat semakin berkembangnya teknologi dan mobilitas penggunaan sosial media yang tinggi dikalangan masyarakat
3. Isu yang sedang dibahas dalam tema pada penelitian ini merupakan isu yang belum tuntas dan masih berlanjut kepada hal - hal baru yang masih berproses. Kesimpulan yang lebih akurat masih bisa ditemukan jika ditelusuri hingga lebih mendalam lagi mengenai proses pemasaran Solo Paragon Lifestyle Mall hingga kelak semakin mengalami kemajuan