

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan

- 5.1.1 Hasil penelitian Toko Buku Gramedia Kota Mataram menerapkan strategi yang baik dalam mempertahankan bisnisnya. Seperti kualitas produk yang baik, promosi yang baik, harga produk sesuai dengan kualitas, merek produk unggul di Kota Mataram, pelayanan yang baik.
- 5.1.2 Faktor pendukung dan penghambat menerapkan strategi pemasaran terhadap Toko Buku Gramedia Mataram, yang menjadi faktor pendukung yaitu produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan promosi yang baik. Sedangkan faktor penghambat penerapan strategi pemasaran pada Toko Buku Gramedia Kota Mataram adalah tren pasar dan persaingan yang ketat
- 5.1.3 Berdasarkan hasil penelitian lingkungan internal dan eksternal Toko Buku Gramedia Mataram. Yang lingkungan internal Gramedia yaitu Gramedia ini salah satu toko buku yang modern dan nasional dan mempunyai toko buku sekitar 141 toko di Indonesia dan Keterampilan dan kompetensi sumber daya manusia. Sedangkan lingkungan eksternal Gramedia mataram adalah ketika ada acara pameran atau event besar yang ada di Kota

Mataram. Mereka dapat melakukan promosi ditempat tersebut dan Perubahan kebiasaan membaca masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang saya telah selesai dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Pilih lokasi toko buku yang strategis dan mudah dijangkau calon oleh konsumen. Pertimbangkan untuk berada di daerah ramai dengan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi, seperti pusat perbelanjaan, pusat kota, atau perguruan tinggi. Pastikan juga tersedia aksesibilitas yang baik, seperti tempat parkir yang cukup atau akses transportasi umum yang mudah. serta meningkatkan analisis pasar dan aksesibilitas lokasi toko.
- 5.2.2 Selalu evaluasi strategi dan kinerja toko buku. Perhatikan tren dan perubahan pasar buku dan selalu berinovasi agar tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Dengarkan masukan pelanggan dan terus tingkatkan pengalaman berbelanja mereka di toko buku.
- 5.2.3 Menyelenggarakan acara dan kegiatan untuk menarik komunitas membaca. Misalnya pertemuan klub buku, diskusi penulis, atau loka karya menulis. Hal ini akan membantu membangun hubungan dengan pelanggan, menciptakan suasana yang dinamis dan memperluas jaringan pelanggan Toko Buku Gramedia Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Uin Maliki Perss, 2011) hl. 55-56.
- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Frenadamedia, 2014) hl. 372.
- Bambang Budianto, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Kedai Kampus Jl. Majapahit No 1a Skripsi*, 2020.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam, (Bandung: Alfabeta, 2004) hl. 176.
- Basus Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), 204.
- Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran pendekatan Konsep, Kasus dan Psikologi Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2013) hl. 60.
- Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasara*, (Jakarta: Buku Seru, 2013), hl 12.
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009), hlm 57.
- Hayani, Nurahmi, 2012, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, Pekanbaru: Suska Press.
- Herman Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2006), hlm 169-175.
- Irdha Yanti Musyawarah and Desi Idayanti, 'Analisis Strategi Pemasaran Unruk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju

- Analysis Of Marketing Strategy to Increase Sales at Ibu Bagas Business In Mamuju District', 1.1 (2022), 1-13.
- Iqbal Hasan, MM, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian*, Cet. Pertama, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 82.
- Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 3, (Jakarta: Erlangga, 2009) hlm. 14.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hl.186.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000) hlm. 5.
- Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, (Jakarta: Selemba Empat, 2009) hlm. 199.
- Miza Nina Adlini, 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka', Edumaspul: Jurnal Pendidikan, 6.1 (2022), 974-80.
- Marinu Waruwu, 'Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif (Mixed Method)', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), 2896-2910.
- Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (Bandung: Pustaka Setia 2013) hl 344.
- Nur Asnawi dan Muhammad Asnawi Fanani, *Pemasaran Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*, (Depok: Raja Grafindo Peserta, 2017) hl. 161.
- Ningsih Rahayu Ekawati, *Manajemen Pemasaran*, (penerbit: Kudus, 2008) hl. 9.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Edisi Ke-12 (Jakarta: Erlangga, 2008) hl. 6.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009) hl. 214-217.

- Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2011) hl 188.
- Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, (Jakarta, Rineka Cipta 2011) hl. 191.
- Prof. Dr. H. Idri, M.Ag, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta : PT Kencana, 2015) hlm 192.
- Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utami, 2001) hl. 51.
- Risqi Aldian Deni, M. Nazori, and Muhammad Ismail, 'Strategi Pemasaran Usaha Produksi Tahu Alami Sido Makmur Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kabupaten Tebo', *MUQADDIMAH: jurnal Ekonomi, Manajemen, Akutansi Dan Bisnis*, 1.2 (2023), hl 24-39
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) hl. 154
- Suharno & Santoso, *Marketing In Pracice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hl 213.
- Siti Khotijah, *Smart Strategi Pemasaran Pasar Global*, (Bandung: Alfabeta, 2004) hl 17.
- Suyanto, Danang, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis*, (Yogyakarta: Caps, 2013), hl 55.
- Suyanadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) hl. 213.
- Sudaryono, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, Cet 1 (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014) hl. 349.

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) hl. 168.

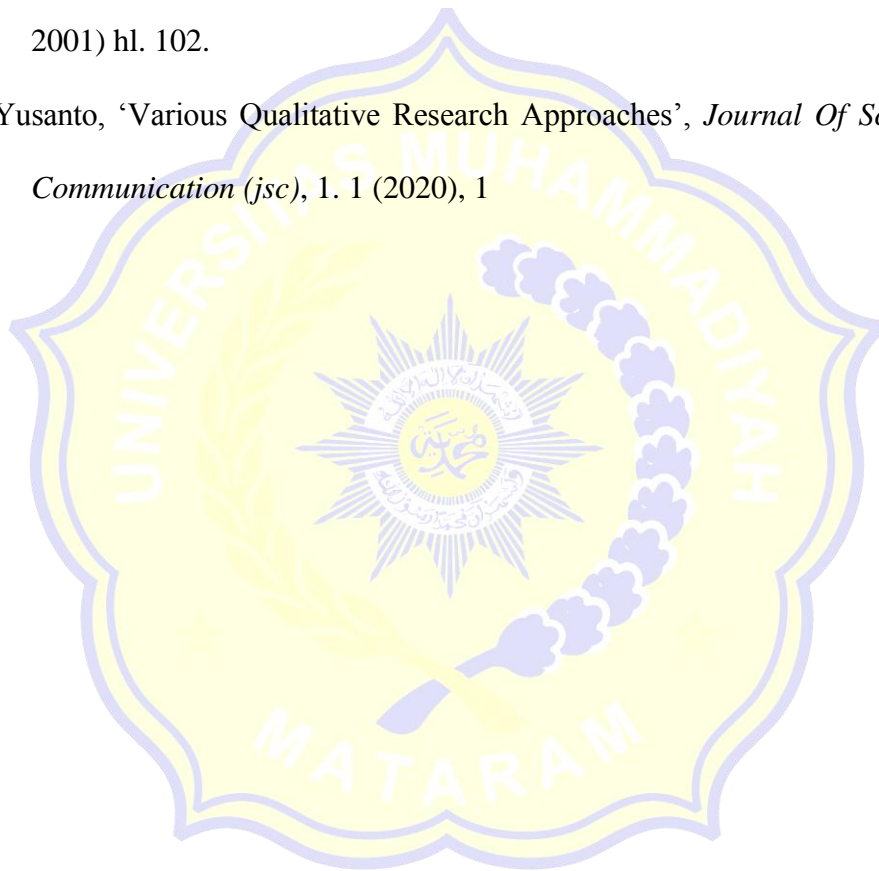
Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi, cetakan 7*,
(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 57.

Sopiah, *Salesmanship (Kepenjualan)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm 8.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014) hl. 7.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, (Jakarta: Bina Aksara,
2001) hl. 102.

Yoki Yusanto, 'Various Qualitative Research Approaches', *Journal Of Scientific
Communication (jsc)*, 1. 1 (2020), 1



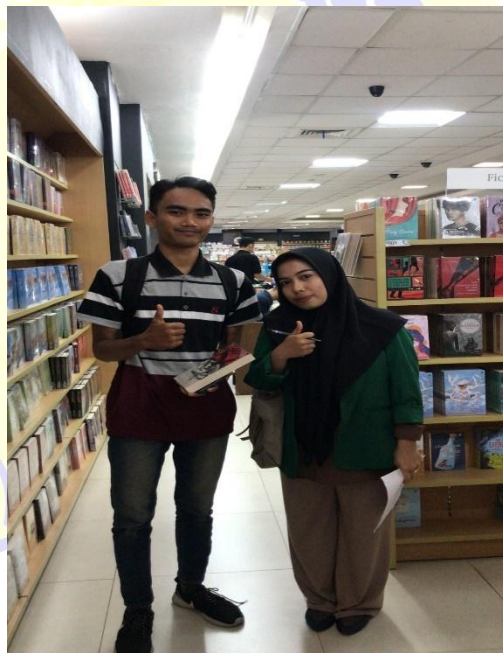
LAMPIRAN



Dokumentasi Hasil Wawancara Pemilik Toko Buku Gramedia Mataram



Dokumentasi Karyawan Toko Buku Gramedia Mataram



Dokumentasi Pada Konsumen