

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi marketing public relation (MPR) yang digunakan McDonalds Kemang dalam meningkatkan jumlah pelanggan, kesimpulan yang dapat diberikan adalah :

1. Strategi Promosi yang dilakukan Mcdonalds Kemang efektif terbukti dari hasil penjualan yang memenuhi target bahkan melebihi target, promosi yang dilakukan dengan Menu baru, potongan harga langsung dengan pembayaran tertentu, dan potongan harga lewat pesanan aplikasi, menjadi promosi yang sering ditunggu oleh para pelanggan bahkan mereka tidak segan untuk bertanya akan hal promosi tersebut. Kemudian dengan adanya promosi McKidz dimana yang membuat antusias para ibu-ibu untuk mengajak anaknya belajar di McDonalds atau hanya sekedar bermain dan belajar membuat ice cream di McDonalds Kemang.
2. Strategi Marketing Public Relations yang telah dilakukan oleh McDonalds Kemang dalam meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan menggunakan tiga taktik yaitu, *Push Strategy* dengan memberikan *Reward* ke pelanggannya dan menarik perhatian calon pelanggan dengan cara memberikan pelayanan terbaik di setiap transaksi nya.

Pull Strategy promo-promo untuk menarik pelanggan. Dari semua pendekatan yang dilakukan strategi ini McDonalds Kemang bukan hanya menjual sebuah produk (menu) dan juga jasa yang diberikan dengan Sistem Layanan Antar nya dalam memanjakan pelanggan dengan mengantarkan produk ke pelanggan tanpa harus membeli langsung ke McDonalds Kemang.

Dan juga dengan pemaparan sticker logo McDonalds di setiap pembelian di Drive Thru yang dimana setiap pemasangan sticker pada kendaraan pelanggan akan diberikan free makanan atau minuman yang sedang berlaku disertai dengan minimal pembelian berlaku bisa menjadi publisitas advertising.

Pass Strategy harus dilakukan secara rutin agar khalayak selalu update dengan promosi yang tersedia, Sebagai daya tarik McDonalds Kemang untuk membangun brand awareness serta meningkatkan kepekaan pelanggannya dengan strategi marketing nya yaitu menyebarkan brosur dan memasang spanduk di McDonalds Kemang.

Terciptanya kepekaan pelanggan yang terjadi pada McDonalds Kemang, merupakan dampak berhasilnya program yang dilakukan. Daya tarik atas yang diciptakan McDonalds Kemang bisa terlihat dari kegiatan promosi seperti kemampuan McDonalds Kemang menarik minat calon pelanggan. Trust dan brand yang kredibel dimiliki oleh McDonalds Kemang merupakan hal pokok dalam mempertahankan kepekaan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang di uraikan diatas, maka penulis mengajukan saran yang diharapkan dapat berguna dan kiranya menjadi bahan pertimbangan oleh McDonalds Kemang, yaitu :

1. Sebaiknya McDonalds Kemang terus mempertahankan Hubungan baik dan Komunikasi yang telah dilakukan antara pihak McDonalds Kemang dengan pelanggan lama dan juga calon pelanggan, sehingga dapat memberi kesan tersendiri kepada pelanggan agar tertarik selalu kembali membeli produk di McDonalds Kemang.
2. McDonalds Kemang dapat meninjau kembali kegiatan ataupun program yang telah dilakukan dan selanjutnya melakukan upaya perbaikan, Meningkatkan lagi kreatifitas, dan inovasi dalam promosi produk dan fasilitas yang diberikan.
3. McDonalds Kemang agar dapat lebih bersaing dengan usaha sejenis. Apabila semakin kristisnya pelanggan, dalam hal ini McDonalds Kemang dapat selalu memperbaharui pengetahuan dan informasi dalam menanggapi secara bijak setiap pertanyaan, saran, kritik, masukkan yang di berikan oleh pelanggan yang berkunjung atau menanyakan seputar produk McDonalds Kemang maupun fasilitas yang diberikan. Karena masukkan dari pelanggan sangat berpengaruh untuk kemajuan McDonalds Kemang itu sendiri.