

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penemuan data dan pembahasan data, maka dapat disimpulkan *Pertama*, perencanaan *Personal Selling, Prospecting* menjadi langkah awal yang diterapkan oleh UD Santoso dalam menarik minat konsumen *Wedding*. *Kedua*, implementasi strategi *Personal selling*, yaitu dengan *Aproaching* (Pendekatan) sebelum melakukan presentasi produk guna menawarkan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. *Ketiga*, evaluasi strategi *personal selling* yang dilakukan oleh UD Santoso adalah kurangnya dorongan untuk mendokumentasikan produk ke internet. Namun, hal tersebut tidak memiliki pengaruh besar, karena minat konsumen masih terjaga karena strategi *personal Selling* dengan datang ke kantor dan tatap muka masih menjadi senjata bagi UD Santoso.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta kesimpulan yang disampaikan di atas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Santoso *Wedding Organizer* Dalam Menarik Minat Konsumen *Wedding*, beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya :

1. Bagi para pembaca, khususnya penelitian selanjutnya dapat melakukan pendalaman kembali tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Santoso *Wedding Organizer* Dalam Menarik Minat Konsumen *Wedding*.
2. Bagi masyarakat umum, khususnya pemilik perusahaan UD Santoso, agar mampu memanfaatkan semaksimal mungkin teknologi internet yang ada, agar minat konsumen semakin bertambah dan semakin luas.