

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan yang telah peneliti uraikan di atas tentang peran strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Golden Theater Kediri dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sesuai dengan teori-teori. Sehingga dapat disimpulkan telah sesuai dengan teori pada bab sebelumnya.

#### A. Kesimpulan

##### 1. Strategi Pemasaran Golden Theater Kediri

Penerapan strategi pemasaran Golden Theater Kediri dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan menggunakan strategi pemasaran 7P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Physical Evidence*, dan *Process*. Produk yang diterapkan yaitu pelayanan jasa pemutaran film dengan harga tiket masuk yang disamakan dengan kompetitornya yakni pada hari Senin-Kamis sebesar Rp 20.000, hari Jum'at Rp 25.000, hari Sabtu-Minggu (hari libur dan tanggal merah) Rp 30.000. Berlokasi di jalan Hayam Wuruk no. 121-125 adalah lokasi yang strategis dan mudah diakses karena terletak berada ditengah kota yang dekat dengan pusat perbelanjaan, stasiun, perbankan, serta ruko pertokoan. Memanfaatkan sosial media seperti *facebook*, *instagram* serta laman *website* resmi sebagai media promosi. Selain itu dalam perekrutan karyawan Golden Theater selalu melakukan *training* serta mengadakan rapat mingguan untuk memotivasi karyawannya guna peningkatan kinerja karyawan. Golden Theater Kediri merupakan bioskop tertua yang masih bertahan sampai saat ini, hal itu terbukti dari interior bangunan yang masih mengusung nuansa klasik dan unik. Seperti

yang terlihat dari fisik keramik yang terbuat dari batu granit, tempat duduk kayu melingkar menitari penyangga bangunan, lampu neon berwarna kuning, serta pelayanan tiga loket yang masih menggunakan skat kaca. Transaksi yang dilakukan konsumen bisa melalui dua cara yakni pembelian secara *offline* dengan cara datang langsung ke lokasi atau melalui *online* yaitu dengan melakukan pembelian tiket melalui laman *website* resmi Golden Theater Kediri yakni di [www.goldentheater.com](http://www.goldentheater.com).

## **2. Peran Strategi Pemasaran Golden Theater Kediri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis**

Peran strategi yang terdiri dari tujuh unsur dalam strategi pemasaran yaitu produk dengan memperhatikan kualitas produk, harga yang kompetitif, tempat yang strategis, promosi yang dilakukan di media-media sosial secara maksimal, orang atau sumber daya manusia yang menjunjung nilai kejujuran, bukti fisik yang klasik dan unik, serta proses pembelian secara *online* maupun *offline*, sehingga pemasaran mereka dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Terbukti pada beberapa studio setiap *weekend* selalu *full sheet* atau penuh hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Golden Theater Kediri mampu menghadapi persaingan bisnis yang akan berdampak pada penjualan.

### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan fakta-fakta yang ada, peneliti memberikan saran kepada Golden Theater Kediri untuk selalu mengedepankan kualitas serta fasilitas penunjangnya. Selain itu saran peneliti kepada management untuk memaksimalkan promosi sebagai media pemasarannya.