

## **BAB IV KESIMPULAN & SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dilakukan pada Starcross, penulis mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Starcross. Kesimpulan yang dapat dipaparkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis dengan narasumber yang telah ditentukan.

Strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan oleh Starcross dalam meningkatkan omset penjualan di Yogyakarta :

1. Dalam upaya meningkatkan omset penjualan, Starcross melakukan beberapa cara dan melalui berbagai media. Media online menjadi salah satu media yang digunakan Starcross melakukan proses promosi dan penjualan produk. Melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, website Starcross memaksimalkan promosi produk mereka kepada khalayak terutama anak muda. *Segmentasi*, Starcross memfokuskan pada usia remaja yang aktif, kreatif dan menyukai seni dan musik.
2. Strategi promosi yang dilakukan Starcross ialah *endorment* kepada artis maupun musisi tenar menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan market leader. Adanya artis maupun musisi menjadikan Starcross semakin dikenal masyarakat

khususnya anak muda dan fans-fans dari artis atau musisi tersebut akan menggunakan pakaian yang juga digunakan idola mereka.

3. *Event dan sponsorship* event yang dilakukan oleh Starcross untuk menunjukkan eksistensi mereka dan suport mereka kepada anak muda. Adanya event maupun sponsorship menjadikan nama Starcross tetap melekat dikalangan anak-anak muda.
4. Pameran distro clothing juga menjadi faktor yang menunjang penjualan produk Starcross. Dengan semakin dikenalnya produk-produk Starcross oleh anak muda otomatis hal tersebut akan berimbas pada peningkatan jumlah konsumen maupun penjualan produk. Peningkatan penjualan menjadikan Starcross akan menjadi market leader distro / clothing di Yogyakarta.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di Starcross ini, penulis memberikan saran :

1. Lebih memaksimalkan promosi melalui media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. Up date informasi maupun produk secara berkala agar kosumen atau *follower* bisa tertarik dengan Starcross.
2. Melakukan evaluasi khususnya dibidang marketing untuk meningkatkan penjualan melalui promosi, pemasaran langsung, penjualan personal maupun mengikuti pameran skala nasional.

3. Mengendors artis atau grup band yang lebih tenar atau berskala nasional agar produk Starcross lebih dikenal masyarakat luas.