

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Alternatif-alternatif strategi pemasaran produk indihome didasari dengan pemilihan kriteria yang menjadi kerangka pembangun teknik pemasaran adalah *Marketing Mix* atau 7P. Adapun 7P yang menjadi dasar strategi pemasaran adalah *product, place, promotion, price, people, physical evidence* dan *process*. Semua kriteria tersebut telah dianalisis dan merupakan kriteria yang paling sesuai dengan kondisi eksisting perusahaan. Masing-masing kriteria memiliki subkriteria, dimana subkriteria ini yang akan menjadi pedoman dalam menentukan strategi pemasaran pada produk indihome.
2. Melalui perhitungan nilai perbandingan berpasangan dengan metode ANP didapatkan bobot kriteria *promotion* menjadi kriteria terpilih dengan bobot persentase 18,02%. Dengan menggunakan metode TOPSIS, prioritas utama alternatif pemasaran yang baru bagi PT. Telkom Pekanbaru yang sesuai dengan kriteria *promotion* adalah *sales people*, karena memiliki nilai preferensi terbesar 0,8867. Strategi yang dapat dijalankan bagi *sales people* ini yaitu:
 - a. Mengkualifikasi Pelanggan, dan
 - b. Menjalin Hubungan dengan Pelanggan

6.2 Saran

Setelah melakukan penelitian tugas akhir ini, adapun saran yang dapat diajukan adalah :

1. Penelitian serupa dapat dilakukan pada perusahaan jasa dengan bisnis yang berbeda tentunya dengan penyesuaian yang dilakukan terhadap perusahaan yang berkepentingan untuk meningkatkan penjualan produk

yang ditawarkan dengan mengembangkan kriteria dan alternatif dalam pengambilan keputusan mengenai pemilihan teknik pemasaran sehingga didapatkan hasil keputusan yang lebih tepat dan efektif.

2. Perusahaan dapat mempertimbangkan strategi usulan untuk meningkatkan target perusahaan, selain itu perusahaan harus memperhatikan kondisi *sales people* di perusahaan dan pesaing, karena dengan melihat apa yang dilakukan pesaing pihak perusahaan dapat menyusun langkah strategis untuk memenangkan hati konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

