

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah di paparkan pada bab sebelumnya yang dihubungkan dengan tujuan penelitian, maka didapatkan kesimpulan bahwa pada pileg tahun 2019 di Kabupaten Deli Serdang dimana partai Gerindra dan calegnya telah memenuhi setiap faktor di dalam *mix marketing* politik baik dari segi produk/*product*, promise/*promotion*, harga/*price*, tempat/*place*, segmentasi dan *positioning*. Terlebih dengan digunakannya strategi *door to door* sebagai metode kampanye caleg partai Gerindra. Melalui metode ini caleg partai Gerindra mengambil simpati masyarakat dengan membuat masyarakat merasa istimewa dan diperhaikan karena ditemui dan di ajak berdialog secara langsung dengan para caleg dari partai Gerindra. Kedepannya diharapkan metode kampanye tersebut dapat terus digunakan bila perlu di kombinasikan dengan metode lain yang dapat lebih meningkatkan perolehan suara caleg partai Gerindra pada pemilu selanjutnya. Selain itu, alangkah baiknya jika caleg dan parai politik lebih terbuka mengenai data jumlah dan penggunaan dana kampanye yang digumnakan ada masa pemilu agar mendapat kepercayaan lebih besar dari masyarakat.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah diharapkan kedepannya lebih terbuka mengenai data jumlah dan penggunaan dana kampanye yang digunaknakan ada masa pemilu agar mendapat kepercayaan lebih besar dari masyarakat.

