

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Toko Zona Muslim telah menerapkan strategi *marketing mix* yang menggunakan variabel 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion* yang mampu meningkatkan keuntungan dan penjualan. Strategi *marketing mix* yang telah diterapkan oleh Toko Zona Muslim dalam meningkatkan penjualan sudah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan teori yang ada, dengan kata lain ke empat variabel tersebut berperan penting dalam meningkatkan penjualan.
2. Strategi promosi yang digunakan Toko Zona Muslim dalam meningkatkan penjualan yaitu periklanan, promosi penjualan dan pemasaran online. Periklanan melalui papan nama yang berada didepan toko dan melalui media sosial seperti Instagram dan whatsapp namun belom optimal dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan kesimpulan diatas adalah :

1. Untuk meningkatkan penjualan maka Toko Zona Muslim harus memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi penjualan. Menambah variasi produk, sering melakukan promosi seperti potongan harga supaya konsumen tertarik dengan potongan harga yang diberikan, dan harus tetap menjaga kualitas produk.
2. Toko Zona Muslim perlu meningkatkan sarana promosinya seperti *endorse influencer* atau selebgram supaya dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Membuat brosur untuk disebarluaskan ke

masyarakat dan lebih mengoptimalkan lagi penggunaan media sosial sebagai alat pemasarannya untuk memposting produk-produk terbaru, diharapkan Toko Zona Muslim segera bekerjasama dengan shopee ataupun lazada untuk memperluas dan mempermudah konsumen dalam belanja produk Zona Muslim.