

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian yang peneliti lakukan kali ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Nadilla MS Glow

Strategi pemasaran yang diterapkan Nadilla MS Glow yaitu dari segi produk dengan menjaga kualitas dan selalu *up to date* produk baru dari MS Glow, dari segi harga sendiri standart mengikuti harga dari pusat, dari segi tempat cukup strategis dan pendistribusiannya tersebar di beberapa kota, dan dari segi promosi lebih aktif mempromosikan produknya di sosial media seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok.

2. Strategi Pemasaran Nadilla MS Glow dalam Meningkatkan Penjualan

Strategi pemasaran yang dilakukan Nadilla MS Glow Selain pengoptimalan promosi melalui sosial media Nadilla juga menjual produknya di *marketplace* shopee dan pemberian gift atau hadiah setiap pembelian produknya. Strategi pemasaran yang diterapkan tersebut mampu meningkatkan penjualan hal ini bisa dilihat dari data penjualan yang meningkat setiap tahunnya. Kemudian dari data yang diperoleh peneliti dapat diketahui bahwa Nadilla MS Glow pada tahun 2020-2022 penjualannya mengalami kenaikan. Tentu kondisi ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Nadilla MS Glow untuk lebih mengoptimalkan dalam menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah tepat sasaran. Serta memaksimalkan kegiatan promosi yang diterapkan baik melalui offline maupun online.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian di bidang pemasaran dan bisa menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.