

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dengan mengacu fokus masalah, dengan menggunakan metode kualitatif maka dapat disajikan kesimpulan Strategi Pemasaran Muzada Madu Desa Puhsarang Kediri Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen sebagai berikut:

1. Loyalitas konsumen dapat ditunjukkan melalui pembelian yang dilakukan secara bervariasi, tidak satu jenis produk saja dan berulang kali, yakni bisa satu bulan 2-3 kali pembelian. Selain itu, bentuk loyalitas konsumen dapat dilihat dari bentuk dukungan penjualan Muzada Madu dengan merekomendasikan orang lain atas produk yang dirasakannya bagus dan berkualitas tinggi. Melalui hal-hal yang dilakukan tersebut dapat menjadi bukti bahwa konsumen loyal terhadap Muzada Madu.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha Muzada Madu Desa Puhsarang Kediri yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P, yaitu : pembuatan produk yang 100% dijamin halal oleh MUI dan kualitas bagus; harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang terjamin; promosi yang digunakan beragam sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas; serta lokasi penjualan yang strategi dan kebersihan terjaga dengan baik.

B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan yaitu:

1. Untuk Muzada Madu Desa Puhsarang Kediri diharapkan dapat mempertahankan strategi yang dilakukan.
2. Untuk Muzada Madu Desa Puhsarang Kediri tetap memberikan kenyamanan dan selalu menjaga kebersihan tempat bagi konsumen, agar selalu menciptakan loyalitas konsumen.