

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan Toko Zoya melalui media sosial instagram yaitu selalu mengikuti perkembangan *trend fashion* yang ada dimasyarakat, selalu menjaga dan mempertahankan kualitas produk. Strategi harga yang diterapkan Toko Zoya yakni dengan menyesuaikan dengan harga pasar, dan memberikan diskon dan potongan harga. Dari segi tempat, Toko Zoya memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Dalam melakukan pendistribusian secara langsung dengan menjual produk di toko dan secara tidak langsung dengan menjual secara online. Toko Zoya memasarkan produknya melalui instagram dengan memaksimalkan fitur *reels* dengan membuat konten-konten menarik dan informative, membuat video tutorial, maupun video referensi OOTD, memberikan diskon pada saat event tertentu.
2. Strategi pemasaran Toko Zoya Cabang Kediri dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan mengoptimalkan promosi melalui media sosial instagram dan memberikan promo atau diskon menarik pada event tertentu. Strategi pemasaran yang diterapkan tersebut mampu meningkatkan penjualan hal ini bisa dilihat dari data penjualan yang meningkat disetiap tahunnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Toko Zoya Cabang Kediri

Toko Zoya Cabang Kediri harus tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produk agar konsumen merasa puas dan tidak berpindah pada produk pesaing. Serta mengoptimalkan strategi pemasaran secara offline dan online agar dapat menarik konsumen untuk menjadi member setia Toko Zoya Cabang Kediri.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya diharapkan melakukan dapat mengembangkan penelitian dibidang strategi pemasaran dan dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.