

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Pada *Home Industry CV Amira Kitchen Since 2017*.

Strategi promosi yang digunakan CV *Amira Kitchen* adalah dengan menggunakan periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), publisitas (*public relation*), dan promosi penjualan (*sales promotion*), dimana pengaplikasian dari metode ini di CV *Amira Kitchen* yakni dengan cara *worth mouth*, *home sharing*, mengadakan pengajian umum, memanfaatkan organisasi, pemasangan banner, diskon, memanfaatkan media online, tester, dan juga *event*. Tentu saja untuk, meningkatkan penjualan. Objek daripada metode promosi yang digunakan adalah masyarakat luas dimana kualitas produk dari CV *Amira Kitchen* sangat diutamakan, maka dari itu bahan yang digunakan untuk produksi tentu saja bahan pilihan terbaik.

2. Strategi Promosi Pada *Home Industry CV Amira Kitchen Since 2017* Dalam Meningkatkan Penjualan.

Strategi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan tentu saja hasil daripada pengaplikasian dari startegi promosi diatas, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain adalah : kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar yang ada, banyaknya permodalan yang ada, kondisi organisasi Perusahaan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan

B. Saran

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

1. Untuk toko *Amira Kitchen* sebaiknya dibangun lebih besar lagi sehingga produk yang di tawarkan di toko semakin banyak, tentunya akan meningkatkan penjualan dari toko *Amira Kitchen* sendiri.
2. Sebaiknya menjalin hubungan dengan pihak yang mampu meningkatkan penjualan seperti halnya dengan trip travel ataupun trip ziarah dan lain sebagainya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian di bidang strategi promosi dan bisa menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya