BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan SOSTAC yang dilakukan Qomeshop pada level situation sudah sesuai terhadap SOSTAC yang sebenarnya. Karena pada level *situation* segmentasi, targeting yang dipilih oleh Qomeshop pada akun @qomeshop_ terperinci sesuai dengan segmentasi dan targeting dimana ada usia rata-rata mulai 15 tahun sampai dengan 25 tahun. Target pasar Qomeshop adalah anak muda perempuan dilihat dari produk yang disediakan.
2. Promosi yang dilakukan dalam mengenalkan produknya kepada target pasar yang luas adalah dengan cara sistem *Endorse* pada artis dan selebgram pada media sosial Instagram.
3. Harga dan kualitas dalam akun @qomeshop_ juga diperhatikan dalam hal memposisikan dirinya sebagai pusat pakaian termurah di Kediri. Hal tersebut terbukti bahwa Qomeshop memiliki tempat produksi sendiri, sehingga produk yang mereka jual terbilang cukup murah dan *Up to date*. Berkembangnya toko tersebut dapat dilihat dari bertambahnya dua cabang yang berada di Tulungagung dan di Pare untuk mempermudah proses pemasaran pelanggan dari daerah lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini dilakukan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang mungkin berguna untuk Qomeshop dalam menggunakan analisis SOSTAC sebagai strategi pemasaran yang di pakai. Saran tersebut sebagai berikut :

1. Bagi Toko *online* Qomeshop diharapkan dengan adanya penelitian ini, toko semakin berkembang dan cabang yang direncanakan dapat segera terealisasi. Saran untuk admin Instagram Qomeshop terkait kegiatan pemasaran. Admin harus tetap semangat memberikan video *review* melalui *Instastory*, selalu aktif di komentar-komentar yang diberikan oleh *followers*, agar pengukuran yang dilakukannya bukan cuma melalui konten video atau foto yang dilakukannya, bukan cuma melalui pertambahan *followers* ataupun pengukuran melalui *like.*
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berkaitan dengan perencanaan yang ingin berkembang maju dan lebih baik terutama pada kegiatan pemasaran melalui Media Sosial Instagram.