

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya dan sesuai dengan fokus penelitian, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut :

1. Setelah menganalisis dari penerapan strategi pemasaran, serta data penjualan Andika Konvection, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di Andika Konvection sudah berjalan dengan baik kecuali pada bagian strategi produk dimana produk yang dihasilkan masih ada yang tidak sesuai pesanan tapi untuk tempat/ saluran distribusi, harga serta promosi sudah sangat baik dan sesuai dengan variabel bauran pemasaran.
2. Berdasarkan paparan diatas dapat dikatakan bahwa pendapatan bersih pada Home industri Andika *Convection* periode 2015 sampai 2019 selalu mengalami peningkatan mencapai 21,18 %.. Hal ini didukung oleh strategi pemasaran yang berperan dalam meningkatkan Volume Penjualan . dengan mengunggulkan produk dapat memesan sesuai keinginan, bervariasi dan mempunyai merek sendiri, serta pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen, mampu bertanggung jawab jika terjadi kesalahan, harga yang terjangkau, dan juga lokasi dan saluran distribusi yang baik menjadikan konsumen bisa bertahan dan menjadi loyal. Dan

menjadikan perusahaan bisa bertahan sampai sekarang, sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan urutan diatas maka dapat beberapa saran yang di sajikan penulis sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Home Industri Andika *Convection* kemantren Mojokerto

Peneliti menyarankan agar selalu berinovasi dalam pembuatan produk. Membuat produk yang sesuai pesanan dan lebih memperbaiki komunikasi antar pembeli dan penjual agar tidak terjadi miskomunikasi. Dan perlu adanya peningkatan promosi agar produk bisa lebih dikenal.

2. Bagi konsumen

Peneliti menyarankan agar setiap konsumen harus lebih jelas dalam memberi informasi dalam pemesanan. Sehingga tidak terjadi kesalah fahaman antara produsen dan konsumen

