

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

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

1. Bauran pemasaran Dapoer Mikaila yaitu, pertama strategi produk, yaitu mempertimbangkan kualitas mutu produknya dari segi rasa dan kebersihan. Kedua harga, yaitu mengikuti bahan baku pasar dan memperhatikan kondisi atau situasi pelanggan. Ketiga promosi, yaitu secara *online*, *offline* dan melakukan promosi penjualan pada saat ada event-event tertentu. Keempat distribusi atau tempat yaitu strategis karena mudah dijangkau oleh para konsumen. Kelima orang yaitu pelayanan yang baik dan ramah . Kenam proses yaitu proses yang mudah cepat dari pemesanan sampai pemesanan selesai. Ketujuh bukti fisik yaitu dengan penataan tempat, perlengkapan ,dan peralatan yang rapi dan bersih membuat pelanggan merasa nyaman dan terjamin produknya.
2. Peran Bauran Pemasaran Dapoer Mikaila dalam meningkatkan penjualan dengan 7P mengalami peningkatan pada tahun 2019-2020 Dapoer Mikaila mengalami peningkatan sebesar 24,03% menjadi 33,00%. Pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan sebesar 33,00% menjadi 42,97%.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti memberikan saran sebagai berikut ini:

1. Bagi akademik

Bagi akademik diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan.

2. Bagi Dapoer Mikaila

Bagi pihak Dapoer Mikaila diharapkan untuk lebih maksimal lagi dalam penerapan bauran pemasarannya, agar penjualannya bisa meningkat lebih banyak lagi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi yang berkaitan dengan tema yang sama. Dan di sarankan bisa mencari referensi yang lebih banyak lagi, agar penelitian lebih baik dan maksimal.