

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian yang dipaparkan di atas, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran media sosial *Tiktok* pada akun Aeshop Kediri yang mana dalam meningkatkan penjualannya menggunakan strategi *branding* produk untuk memperluas jangkauan pasar, guna dapat memelihara komunikasi yang baik kepada pelanggan, serta untuk menjadikan strategi dalam membuat konten yang viral yang mana dapat membuat penjualan Aeshop meningkat. Pemanfaatan dari media sosial *Tiktok* dalam meningkatkan penjualan dibantu dengan harga jual, jenis produk, distribusi atau tempat, bentuk promosi dan dalam pembuatan konten yang menarik dan menguploadnya dengan menggunakan fitur *hashtag* yang sedang viral disertai dengna *caption* yang dapat menarik perhatian konsumen.
2. Penerapan media sosial *Tiktok* Aeshop Kediri di dalam pemasaran telah diterapkan sesuai *marketing syariah*. Artinya di dalam pemasaran syariah Aeshop Kediri dalam proses pembuatan, pemasaran, serta semua nilai yang ada secara keseluruhan, prosesnya sesuai dengan prinsip muamalah. Aeshop Kediri di dalam mempromosikan produknya memilih dan memilah konten yang tidak keluar dari jalur yang telah disesuaikan. Sehingga membuat pembeli yakin untuk membeli. Tujuan yang lain supaya tidak adanya deskriminasi sikap

dalam pemasaran produk, sehingga lebih mengutamakan profesionalitas dan Aeshop Kediri selalu menghargai pelanggan dan tidak membedakan. Selain itu di dalam pembuatan konten video *Tiktok* yang diunggah ditujukan secara umum yang dapat dilihat atau dinikmati oleh para pengguna akun *Tiktok* tanpa membeda-bedakan hal apapun.

## **B. Saran**

Adapun saran dari penelitian ini untuk penelitian selanjutnya ialah:

1. Pihak *Tiktok* sebaiknya menambahkan durasi dari history performance agar lebih panjang karena hal ini merupakan hal penting untuk mengevaluasi suatu strategi pemasaran.
2. Pihak Aeshop Kediri dapat memberikan peningkatan pelayanan dan lebih memaksimalkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh pihak *Tiktok*. Karena pengguna *Tiktok* yang jumlahnya banyak berpotensi menjadi salah satu sumber pelanggan bagi Aeshop Kediri.
3. Pengguna akun *Tiktok* diharapkan tetap berwaspada dalam menggunakan aplikasi dan dalam memilih barang yang akan dibeli.
4. Pemberian kritik beserta saran yang positif dari pembaca sangat diharapkan. Penelitian ini juga bersifat terbuka untuk peneliti lain yang hendak mengembangkan penelitian ini secara mendalam.