BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari studi yang dilakukan, baik melalui observasi, dokumentasi serta melalui serangkaian wawancara dan dilanjutkan dengan proses analisis sedemikian rupa akhirnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dipakai oleh Toko Clarissa (Sistem *Offline*) adalah memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, memperhatikan pelayanan, memperhatikan keterampilan karyawan, dan melakukan promosi. Sedangkan strategi pemasaran yang dipakai Toko *online* Clarissa (Sistem *Online*) adalah mengoptimasi *website* toko *online*, memanfaatkan sosial media, komunitas atau forum, pelayanan yang baik, blog *marketing*, dan promosi.
2. Terdapat persamaan dan perbedaan antara strategi pemasaran dengan sistem *online* dan sistem *offline.* Persamaannya, keduanya melakukan promosi melalui media internet dan memberi pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan konsumen baru. Sedangkan perbedaannya adalah sistem *online* (Toko *Online* Clarissa) menggunakan strategi pemasaran dengan mengoptimasi *wibsite* toko *online*, komunitas atau forum, memanfaatkan sosial media, dan blog *marketing*. Sedangkan pada sistem *offline* (Toko Clarissa Grosir fashion) menggunakan strategi pemasaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan memilih produk yang bermutu, harga yang terjangkau, menjaga kualitas barang, memperhatikan keterampilan karyawan.

Dengan menerapkan strategi pemasaran seperti yang dijelaskan di atas, toko *online* clarissa dan toko clarissa sama-sama mengutamakan strategi yang terbaik agar produk yang dijual bisa dilihat oleh semua orang dan mengharapkan dapat memikat minat pembeli dengan mudah.

B. Saran

Mengingat betapa pentingnya strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen terhadap Toko Fashion, maka alangkah baiknya penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi keduanya. Saran penulis adalah sebagai berikut :

1. Introspeksi diri sendiri yang dilakukan oleh suatu perusahaan sangat perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kerja manajemen yang tidak kalah dalam menghadapi perubahan dimensi.
2. Hendaknya Toko Clarissa Fashion selalu meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih, dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pada Toko *online* Clarissa juga hendaknya memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam bertransaksi, memesan barang yang akan dibeli, dan menampilkan produk disertai deskripsi yang lengkap dan mencantumkan harga jualnya serta membuat *wibsite* toko *online* dengan menggunakan desain yang menarik, karena apabila *wibsite* toko *online* fashion berpenampilan menarik, ini yang akan membantu menciptakan nilai dan pandangan yang baik kepada pelanggan. Dengan begitu, konsumen akan tertarik dan berminat untuk membeli.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id