

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Mengacu pada tujuan penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, mengenai Analisis Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi kasus Konveksi Casper Indict Demak) dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Strategi promosi dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan penjualan produk di Konveksi Casper Indict Demak.
 - a. Strategi Promosi
 - 1) Promosi dengan penjualan secara langsung atau bertatap muka dengan pembeli.
 - 2) Promosi dengan penjualan melalui informasi dari mulut ke mulut.
 - 3) Promosi dengan menggunakan jaringan atau hubungan masyarakat, diantaranya melalui sanak saudara, tetangga, dan lain sebagainya.
 - 4) Promosi melalui media online diantaranya adalah melalui *Facebook, Instagram, whatsApp* dan lain-lainya. Juga dipasarkan melalui rekening bersama misalnya Shopee, tokopedia dan lain sebagainya.
 - b. Kualitas Pelayanan
 - 1) Kualitas Pelayanan yang menerapkan prinsip keandalan serta melayani kebutuhan konsumen yang lebih baik.
 - 2) Melayani konsumen harus cukup cepat sehingga tidak terlalu menunggu dalam membeli barang yang dibutuhkan dan konsumen dilayani dengan baik.
 - 3) Memberikan jaminan barang yang dapat direturn atau dikembalikan sesuai dengan perjanjian.
2. Faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi promosi dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan

penjualan produk pada Konveksi Casper Indict Demak adalah :

Faktor pendukung

- a. Semangat yang tinggi dengan komunikasi yang baik, semangat yang tinggi adalah bentuk motivasi diri untuk mendapatkan hasil yang maksimal, selain itu dengan semangat yang tinggi maka pemilik dan karyawan Konveksi Casper Indict dapat memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarganya, dan hal tersebut juga termaksud nilai ibadah bagi dirinya. Konveksi Casper Indict.
- b. Pemberian hadiah dilakukan oleh pemilik dan karyawan kepada pedagang yang membeli produk Konveksi Casper Indict dan hadiah tersebut juga termaksud nilai ibadah bagi dirinya.
- c. Wasasan dari pemilik Konveksi Casper Indict (kondisi organisasi yang baik), adalah pandangan yang digunakan untuk menentukan strategi promosi, dengan wawasan tersebut pemilik Konveksi Casper Indict dapat membagi nya dengan karyawan sehingga komunikasi orgnisasi berjalan dengn baik.
- d. Adanya kerjasama antar pemilik dengan konsumen dalam melakukan kegiatan promosi, kerjasama yang dijalin diantaranya adalah berbagi wawasan pengalaman.
- e. Adanya sumber daya manusia yang menguasai bidang yang bisa mendesain sendiri.

Sedangkan faktor penghambatnya adalah:

- a. Kondisi pasar yang permintaan terkadang turun akan menyebabkan daya beli atau minat beli pedagang menurun, biasanya terjadi setelah hari raya.
- b. Modal juga mempengaruhi karena untuk melakukan promosi membutuhkan biaya tranportasi dan lain-lain.
- c. Bahan Baku yang sulit didapatkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka penulisan akan memberikan saran sebagai berikut :

1. Selain menitik beratkan pada promosi dan kualitas pelayanan yang telah dilakukan sebelumnya, strateegi promosi dan kualitas pelayanan dikembangkan agar lebih banyak calon pelanggan yang mengetahui produk.
2. Bagi pemilik, Kegiatan promosi dan kualitas pelayanan tidak perlu takut untuk meningkatkan biaya promosi dan pelayanan, karena promosi dan pelayanan merupakan senjata yang paling efektif dalam memenangkan persaingan pasar agar dapat meningkatkan penjualan produk.

C. Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang sudah memberi taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti, agar peneliti bisa terselesainya penelitian skripsi ini. Peneliti memahami bahwa penelitian atau pembahasan skripsi lebih dari sempurna, sebab keterkaitan kemampuan peneliti. Peneliti senantiasa mengaharapkan saran serta kritik yang membangun. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi para pembaca pada umumnya.