

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### 1.1 Kesimpulan

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi yang digunakan Dazzle dalam meningkatkan volume penjualan. Data yang diperoleh penulis dengan cara melakukan wawancara langsung kepada Direktur Dazzle yang juga mengelola Marketing Dazzle, observasi lapangan dan Dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui penjabaran yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa Dazzle *store* menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan menyesuaikan kondisi pasar yang sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan di Dazzle *store*.

Dalam penerapannya Dazzle menggunakan beberapa bentuk strategi pemasaran yang membantu dalam meningkatkan volume penjualan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) dan bauran promosi (*promotion mix*). Dazzle melibatkan bauran pemasaran empat P sebagai salah satu bentuk strategi yang digunakan. Dazzle menerapkan semua komponen bauran pemasaran empat P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Selain itu, dalam penerapan strategi pemasaran promosi dibagi lagi kedalam beberapa komponen yang disebut dengan bauran promosi. Dazzle juga menerapkan hampir semua komponen bauran pemasaran untuk membantu meningkatkan volume penjualan.

Komponen bauran promosi yang digunakan oleh dazzle yaitu *advertising*, *personal selling*, *publicity*, *sales promotion* dan *public relation*. Hanya satu komponen bauran promosi yang tidak di optimalkan oleh dazzle dalam membantu meningkatkan volume penjualan. Semua strategi pemasaran yang digunakan oleh dazzle untuk membantu meningkatkan penjualan tentunya disesuaikan dengan kondisi pasar dan situasi saat ini yang masih berlangsung adanya pandemi COVID-19 khususnya di kota Yogyakarta.

Dalam kesimpulan lain, penulis menyimpulkan bahwa dazzle store juga menerapkan strategi marketing yang disebut dengan *advocacy marketing* atau pemasaran advokasi. Dua bentuk strategi pemasaran advokasi yang dioptimalkan oleh dazzle untuk membantu meningkatkan penjualan yaitu pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan konten yang dibuat oleh pengguna (*user generated content*) melalui media sosial instagram Dazzle.

## 1.2 Saran

Dalam uraian kesimpulan di atas, penulis sadar betul masih terdapat kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis sebagai seorang manusia, maka penulis memberikan saran – saran yang diharapkan dapat membantu Dazzle Store. Berikut saran – saran yang dapat penulis berikan :

1. Dalam proses penerapan transaksi penjualan diharapkan lebih dioptimalkan lagi pelayanan online, baik itu pembelian melalui shopee, go shop, grab asisstant, ataupun yang lainnya karena mengingat pandemi COVID-19 yang masih berlangsung.

2. Kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa disarankan untuk wawancara yang lebih mendalam dan terjun ke lapangan untuk lebih mudah mendapatkan data agar dapat mengetahui lebih dalam strategi pemasaran dazzle dalam meningkatkan volume penjualan.