

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran melalui promosi yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan yaitu: *Pertama*, mempromosikan produk dengan berbasis media online seperti facebook personal dan juga facebook add. Kemudian, instragram, akun market place, youtube, dan juga melalui website. *Kedua*, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung juga mengadakan promo atau diskon, seperti ada event-event. Misalnya, waktu hari ulang tahun Swarga Hijab Syar'i Tulungagung ada perhitungan point reward.
2. Strategi pemasaran melalui produk yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan yaitu: *Pertama*, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung selalu mengutamakan kualitas produk. *Kedua*, dalam membangun *Branding* Swarga Hijab Syar'i Tulungagung, dengan menciptakan merek.
3. Strategi pemasaran melalui penetapan harga yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan yaitu: *Pertama*, strategi harga yang diterapkan oleh Swarga Hijab Syar'i

Tulungagung dengan melihat terlebih dahulu harga dipasaran dan total bahan baku yang digunakan. Harga produk yang dijual sesuai dengan kualitas barang yang dihasilkan. Swarga Hijab Syar'i Tulungagung menetapkan harga mulai dari 175.000-485.000. *Kedua*, Swarga Hijab Syar'i Tulungagung memperbesar market share yang berbasis online dengan cara, lebih meningkatkan promosinya secara online sehingga konsumen akan lebih mudah mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh Swarga Hijab Syar'i Tulungagung.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Bahan masukan dan gambaran bagi lembaga untuk digunakan sebagai bahan literatur bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

2. Bagi Wirausahawan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dasar pembandingan serta dapat dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut pada bidang kajian pemasaran.