BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penerapan stategi merek yang dilakukan toko tanaman hias “Kamila Berkah Bunga” sudah diterapkan dengan baik terbukti dengan: a) Pembuatan logo yang menarik. b) Nama toko yang mudah diingat. c) Lebih mengutamakan kualitas produk. d) Lebih mengutamakan kualitas produk. e) Pengenalan melalui media sosial. f) Memberikan citra baik kepada masyarakat.
2. Penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh toko tamanan hias “Kamila Berkah Bunga” sudah diterapkan dengan baik terbukti dengan: a) Melakukan promosi dengan media sosial yang meliputi *instalgram*, *whatshapp* dan *facebook*. b) Melakukan promosi dari mulut kemulut dari konsumen yang merasa puas dengan produk yang ada di toko tanaman hias “Kamila Berkah Bunga”.
3. Penerapan strategi produk agar lebih menarik minat konsumen yang dilakukan toko tanaman hias “Kamila Berkah Bunga” sudah diterapkan dengan baik terbukti dengan : a) Penataan display tanaman hias dan perlengkapan lainnya. b) Melakukan modifikasi tanaman hias agar lebih menarik. c) melakukan inovasi produk.

B. Saran

Berdasarkan temuan diatas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi toko tanaman hias “Kamila Berkah Bunga”

   Sebagai pembisnis toko tanaman hias yang memasarkan produk kepada konsumen baik secara langsung atau *online,* lebih meningkatkan strategi pemasaran meliputi strategi merek, strategi promosi dan strateti produk dengan memaksimalkan strategi agar toko tanaman hias “Kamila Berkah Bunga” semakin jaya dan berkembang pesat.

2. Bagi Akademis

   Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi IAIN Tulungagung dan menambah literasi keilmuan di bidang strategi pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan atau kajian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan beserta objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif sehingga bisa menyempurnakan hasil penulisan dari hasil penelitian.