# BAB VI

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Dari keseluruhan hasil penelitian, setelah dilakukan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor penghambat Konveksi Purnama Vima diantaranya; tidak cukup modal yang digunakan oleh para pelaku bisnis dalam memulai usahanya, pesaing yang menjadi hambatan paling dominan karena banyaknya pelaku usaha yang terjun di usaha konveksi sehingga persaingan menjadi ketat, dan harga menjadi hambatan karena jika harga yang diberikan lebih tinggi dari konveksi lain maka akan mempengaruhi pemasaran tetapi Konveksi Purnama Vima memberikan harga sama dengan konveksi lain.
2. Faktor yang mendukung Konveksi Purnama Vima diantaranya; produk yang dipasarkan menggunakan bahan dengan kualitas yang bagus, tempat pemasaran produk Konveksi Purnama Vima dilakukan di 4 pasar di wilayah utara yaitu Pasar Mojokerto, Pasar Pare, Pasar Jombang, Pasar Ngoro, bonus atau *reward* menjadi faktor pendukung karena dengan memberikan bonus atau *reward* terhadap karyawan dan konsumen akan memberikan dampak yang baik terhadap kelangsungan strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan.

3. Strategi pemasaran sangat penting perannya dalam pengembangan suatu usaha. Strategi pemasaran ini harus berkaitan dengan tujuan dan sasaran dari suatu perusaaan secara menyeluruh. Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana secara keseluruan dan terpadu di bidang pemasaran yang berisi arahan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan demi tercapainya suatu tujuan perusahaan. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Konveksi Purnama Vima dalam meningkatkan kualitas produk adalah menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

**B. Saran**

1. Bagi Akademis

   Bagi pihak akademik untuk dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk.

2. Bagi Konveksi Purnama Vima

   Penelitian ini diharapkan berguna bagi Konveksi Purnama Vima sebagai bahan pengambilan keputusan di bidang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk di Perusahaan Konveksi Purnama Vima. Untuk Konveksi Purnama Vima diharapkan kedepannya untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan disarankan untuk meneliti dalam kajian yang sama sesuai dengan manajemen pemasaran dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.