

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian di lapangan mengenai strategi pemasaran dalam menciptakan loyalitas konsumen pada UD. Lancar Abadi Kedungwaru Tulungagung. Terdapat beberapa kesimpulan yaitu:

1. Strategi pemasaran UD. Lancar Abadi dalam menciptakan loyalitas konsumen adalah dengan membuat sebuah produk yang berkualitas tinggi agar produknya tidak mudah rusak. Dalam menetapkan harga produknya UD. Lancar Abadi menghitung semua biaya-biaya dan menetapkan harga dengan melihat harga yang ada di pasar dituju supaya perbedaan harga tidak terlalu jauh dan agar produknya banyak diminati oleh konsumen. Pendistribusian produk yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan mendistribudikan produk dengan akses yang mudah dan mencari lokasi yang ada di pusat keramaian. Untuk promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi adalah dengan mengandalkan relasi dan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*).
2. Kendala dan solusi strategi pemasaran UD. Lancar Abadi dalam menciptakan loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:
  - a. Kendala
    - 1) Kesalahan yang Sering Dilakukan Karyawan Saat Produksi

Kesalahan yang sering dilakukan oleh karyawan bagian produksi UD. Lancar Abadi dapat mengakibatkan penurunan kualitas produk yang mengakibatkan produk mudah rusak dan tidak dapat di terima oleh konsumen.

## 2) Promosi Masih Tradisional

Promosi yang dilakukan oleh UD. Lancar Abadi dalam mengembangkan usahanya masih menggunakan relasi dan dari mulut ke mulut pelanggan yang terkesan masih kuno dan kurang memanfaatkan media yang ada.

## 3) Konsumen yang Curang

Kendala berupa konsumen yang curang merupakan kendala yang dialami UD. Lancar Abadi di lapangan yaitu konsumen tidak memberikan penghasilan penjualan sepenuhnya kepada UD. Lancar Abadi yang mengakibatkan banyak kerugian untuk UD. Lancar Abadi.

## b. Solusi

### 1) Mengarahkan dan Menyuruh Karyawan

Karyawan yang sering melakukan kesalahan diarahkan oleh pengelola UD. Lancar Abadi agar memperbaiki kinerjanya sehingga produk yang dihasilkan juga berkualitas bagus.

### 2) Mengubah Variasi Promosi

UD. Lancar Abadi mengubah promosinya dengan mengandalkan sosial media yang dimiliki untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Promosi dengan menggunakan media sosial lebih banyak

diketahui konsumen daripada dengan promosi yang *mouth to mouth* dari para pelanggannya.

### 3) Menghentikan Kerjasama Dengan Konsumen Curang

Solusi untuk konsumen UD. Lancar Abadi yang curang adalah pengelola UD. Lancar Abadi menghentikan kerjasama dengan konsumen yang curang tersebut walaupun sudah rugi.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Lembaga

Dari hasil penelitian ini diharapkan UD. Lancar Abadi dapat memaksimalkan pemasarannya dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk, dan menambah strategi promosinya agar produknya tersebar lebih luas.

### 2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau bisa dijadikan sebagai bahan rujukan dan informasi mengenai strategi pemasaran dalam menciptakan loyalitas konsumen.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan referensi sehingga peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih baik, yang berkaitan strategi pemasaran dalam menciptakan loyalitas konsumen. Penelitian ini masih dapat dikembangkan dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan penelitian yang lebih baik.