

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah terkait Pengaruh strategi pemasaran online, offline dan promosi di CV. Tinta Hitam Tulungagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh yang Signifikan Strategi Pemasaran Online Terhadap *Service Performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung

Pemasaran online merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing secara digital. Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima dengan kesimpulan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan strategi pemasaran online terhadap *service performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung”.

2. Pengaruh yang Signifikan Pemasaran Offline Terhadap *Service Performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung

Pemasaran offline merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dalam dunia bisnis. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima dengan kesimpulan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan pemasaran offline terhadap *service performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung”

3. Pengaruh yang Signifikan Strategi Promosi Terhadap *Service Performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung

Promosi merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dalam dunia bisnis. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima dengan kesimpulan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan strategi promosi terhadap *service performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung.”

4. Pengaruh yang Signifikan Strategi Pemasaran Online, Offline, dan Promosi Terhadap *Service Performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung

Hasil penghitungan menyatakan bahwa variabel pemasaran online, offline dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap *service performance*. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa “Ada Pengaruh yang signifikan strategi pemasaran online, offline, promosi terhadap *service performance* di CV. Tinta Hitam Tulungagung.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa variabel pemasaran online, offline, promosi berpengaruh terhadap *service performance*, maka produk yang dihasilkan CV. Tinta Hitam Tulungagung tetap mempertahankan *service performance* yang semakin meningkat sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan pemasaran suatu produk. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan dapat sesuai dengan kondisi sesungguhnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan data dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran suatu produk. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.