

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Online Pada Galeri Mazaara terbagi menjadi dua, yaitu:
 - a. Strategi Peningkatan Omzet Penjualan yang diterapkan Galeri Mazaara melalui Strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang mana pada strategi promosi Galeri Mazaara menerapkan promosi penjualan produk melalui media sosial dan marketplace.
 - b. Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing, diterapkan melalui *Instastory*, Konten Video TikTok dan Diskon
2. Kendala yang Dihadapi Galeri Mazaara dalam Peningkatan Omzet Penjualan dan Daya Saing
 - a. Modal, modal digunakan Galeri Mazaara untuk menambah koleksi produk terbaru. Karena modal belum cukup maka koleksi baru untuk stok produk akan dipilih dan ditambah secara bertahap.
 - b. Jumlah Stok Produk, terletak pada stok produk mengalami kelebihan dan kurang karena prediksi permintaan antar produk berbeda dan berubah.

- c. Penipuan yang Mengatasnamakan Galeri Mazaara, Penipuan membuat citra dari Mazaara menurun karena konsumen merasa kurang yakin dengan produk yang ditawarkan Galeri Mazaara.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang ada, maka saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan wawasan untuk pembacanya, untuk itu perlu adanya penguatan teori terkait dengan topik pada penelitian ini sehingga untuk selanjutnya dapat mendukung dilaksanakannya penelitian sejenis. Penyediaan referensi diharapkan juga lebih banyak lagi untuk mendukung penelitian selanjutnya.

2. Bagi Galeri Mazaara

Strategi Galeri Mazaara kedepannya dapat dijadikan tolak ukur untuk mengembangkan usahanya ditengah persaingan yang ketat. Serta diharapkan selain menyediakan baju muslimah masa kini untuk wanita saja, tetapi juga dapat menyediakan untuk laki-laki.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan variabel terkait dalam penelitian tentang strategi peningkatan omzet penjualan dan daya saing melalui pemasaran online dan menambah referensi berupa buku terkait dengan topik penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan penelitian terkait dengan minat konsumen terhadap produk di suatu toko.