

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari pembahasan skripsi yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelum ini, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk di Toko Busana Muslim Duta Hijab Bandar Lampung menggunakan konsep *New Wave Marketing* yaitu Segmentasi, Target, Pemosisian, Diferensiasi, Produk, Penetapan Harga, Tempat, Promosi, Penjualan, dan Layanan. Duta Hijab Bandar Lampung menerapkan sembilan elemen tersebut untuk memenuhi target tahunan dan memasarkan produk-produk Duta yaitu Duta *Fashion*, Duta *Home*, Duta *Jeans*.

Duta Hijab Bandar Lampung telah menerapkan konsep *New Wave Marketing* selama kurang lebih sejak pendirian toko sehingga mampu dikenal secara dekat oleh pecinta Duta Hijab yang memberikan kepercayaan terhadap Duta dalam inovasi-inovasi terbaru yang mengikuti *lifestyle* berbusana muslim masa kini. Proses pemasaran yang diterapkan Duta mampu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berkomunikasi secara cepat dan jelas mengenai produk yang diinginkan, serta konsumen bisa turut serta dalam mengenalkan produk Duta dengan masyarakat luas yang belum dijangkau oleh Duta Hijab

Bandar Lampung. Hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat pada Duta Hijab Bandar Lampung.

## **B. Saran**

Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini, antaranya ialah :

1. Wilayah yang berpotensi sebagai perluasan distribusi produk Duta perlu dikelola dan di kembangkan serta pembinaan pada masyarakat sekitar agar dapat memberikan manfaat yang sama dengan Duta Hijab yang kini dikelola. Pemerataan penyaluran manfaat kewirausahaan merupakan hal terpenting agar tidak ada kesenjangan sosial pada masyarakat di Kota Bandar Lampung.
2. Memperluas kerja sama dengan pihak lain terutama pada mitra keagenan Duta. Sehingga dengan memaksimalkan pendistribusian produk tersebut Duta Hijab akan mampu membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran.
3. Lebih aktif di dunia *virtual (online)* tanpa mengurangi ruang kerja secara *physical (offline)*, guna mampu lebih mendekatkan dengan para komunitas yang wilayahnya belum di ketahui Duta, sehingga akan membuat konsumen dianggap sebagai anggota bahkan teman. Dan hal ini akan menjadi nilai tambah Duta dalam memasarkan produk akan semakin mudah dan semakin luas.

4. Meningkatkan pelayanan dan memaksimalkan komunikasi dua arah yang melibatkan Duta Hijab dengan konsumen, agar dalam proses pendistribusian produk Duta mampu dilakukan secara maksimal Sehingga pendistribusian produk tepat sasaran dan tepat guna dan berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap produk Duta Hijab Bandar Lampung.