

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian serta pembahasan yg telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix*) Pada penjualan produk dalam meningkatkan pendapatan di Khadijah Galery Palembang :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa Khadijah Galery Palembang telah menerapkan strategi *Marketing Mix* yang menggunakan variabel 7P yaitu *product, price, place* dan *promotion, People, Process, Physical Evidence* yang mampu meningkatkan peningkatan keuntungan dan penjualan produk di Khadijah Galery. (1) Produk, yang bervariasi dan dapat diminati oleh berbagai macam kalangan dengan kualitas yang baik (2) Harga, yang terjangkau yang dapat dijangkau oleh semua kalangan (3) Lokasi, yang strategis berada di pemukiman warga dan mudah dijangkau (4) Promosi, yang dilakukan Khadijah galery telah mengikuti perkembangan zaman yakni melalui sosial media untuk meningkatkan penjualan (5) *People*, dengan meningkatkan kualitas penanganan pelayanan (6) Proses, pada proses Khadijah Galery Palembang mengamati proses pembuatan barang yang diproduksi sendiri (7) Bukti Fisik, dengan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap perlengkapan yang ada pada Khadijah Galery Palembang.
2. Berdasarkan hasil penelitian juga terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat penjualan produk di Khadijah Galery, yang menjadi faktor

pendukung yaitu dukungan dari manajemen yang baik, pelayanan yang baik dan dukungan dari masyarakat sekitar. Sedangkan faktor yang menghambat penerapan strategi pemasaran pada produk Khadijah gallery adalah belum terbentuk struktur organisasi yang baik, tenaga kerja atau sumber daya manusia yang masih rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pelaku usaha khususnya pemilik Khadijah Gallery diharapkan untuk tetap mempertahankan dan menjaga penerapan *Marketing Mix* dan diharapkan dapat memperluas pangsa pasar melalui mekanisme *Marketing Mix* berupa promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat melakukan kegiatan atau program pembinaan bagi industri kecil menengah, sehingga dapat mengatasi berbagai permasalahan, kebutuhan dan hambatan yang dialami oleh pengusaha

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut mengenai variabel *Marketing Mix* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda. Serta peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat

mempengaruhi peningkatan penjualan produk agar kedepannya dimasa yang akan datang tidak adal lagi masyarakat yang tidak memahami mengenai *MarketinMix*.

