

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneliti yang telah dilakukan mengenai analisis strategi pemasaran dan kualitas pelayanan pada penjualan di *Counter Mulyajaya Cell* yang menggunakan pendekatan kualitatif maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Counter Mulyajaya Cell* sudah menerapkan strategi pemasaran atau marketing *mix 7p*. Namun ada beberapa hal yang belum dilakukan secara maksimal seperti promosi yang dilakukan oleh *Counter Mulyajaya Cell* yang belum bisa dikatakan berhasil dalam memasarkan produk kemedial sosial secara konsisten.
2. Respon kualitas layanan terhadap profesionalisme dinilai kurang memadai, khususnya dalam konteks pemasaran dan layanan online. Hal ini dapat disebabkan oleh relatif rendahnya tingkat aktivitas yang ditunjukkan oleh personel *Counter Mulyajaya Cell* dalam memenuhi tanggung jawab pemasaran dan layanan online mereka

B. Saran

Berdasarkan pada hasil dan pemaparan yang telah diuraikan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan, maka peneliti memberikan beberapa saran. Hal ini dimaksudkan sebagai kritik konstruktif yang dilihat dilapangan. Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan antara lain:

1. Lebih banyak melakukan promosi seperti acara-acara besar seperti ulangtahun *Counter Mulyajaya Cell*, Tanggal dan bulan yang sama lainnya dan terus mengupdate Informasi-informasi terbaru memperbarui meluaskan iklan dimedia sosial baik itu facebook, instagram, tiktok, whatsapp, maupun *E-commerce*. sehingga pelanggan tertarik untuk berbelanja di *Counter Mulyajaya Cell*.
2. Disarankan kepada Pemilik *Counter Mulyajaya Cell* mempertimbangkan untuk memperkerjakan personel khusus dibidang pemasaran di bidang digital menunjukkan kehadiran aktif di platform media sosial. Langkah strategis ini akan menumbuhkan rasa tanggap dikalangan konsumen,

sehingga meningkatkan persepsi mereka terhadap komitmen perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

3. Untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam menganalisis strategi pemasaran dan kualitas pelayanan sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik.