

pemasaran yang dilakukan oleh Toko Mebel Sinar Jaya merupakan salah satu faktor untuk menarik minat beli konsumen. Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Toko Mebel Sinar Jaya itu sudah efektif secara online dan juga offline dan strategi pemasaran secara online itu Pak Padrianto lakukan setelah tahun 2017 dan sebelum tahun 2017 itu secara offline. Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara kepada karyawan yang bekerja di Toko Mebel Sinar Jaya bahwa, karyawan pada Toko Mebel Sinar Jaya sering menerima keluhan dari Pak Padrianto tentang strategi pemasaran, padahal Pak Padrianto telah menerapkan strategi pemasaran yang efektif baik secara online dan juga offline tapi dampaknya sebelum mengenal online maupun sudah mengenal online itu masih sama saja masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa teori strategi pemasaran sudah dilakukan dengan tepat oleh Pak Padrianto karena dengan cara online maupun offline, akan tetapi strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Pak Padrianto baik secara online maupun offline itu berdampak masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.**BAB V**

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengenai analisis strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan di toko mebel Sinar Jaya yaitu pertama, sesuai aspek produk. Produk mebel yang diperjualbelikan memiliki kualitas yang baik karena menggunakan bahan baku mebel di umumnya yaitu kayu jati, serta mempunyai karakteristik spesial tersendiri yaitu sangat menjaga kualitas keringnya kayu kemudian kualitas finishingnya. Kedua dari aspek harga, harga barang yang ditawarkan cukup stabil pada harga mebel di umumnya, harganya cukup terjangkau oleh masyarakat dan pasti terdapat perbedaan persoalan harga dengan toko mebel lainnya. Ketiga aspek promosi, promosi yg dilakukan melalui via online seperti WhatsApp, Facebook serta secara offline seperti dari mulut ke mulut dan meskipun pernah melakukan promosi online Facebook akan tetapi tidak berjalan. Keempat sesuai aspek lokasi, lokasi Toko Mebel Sinar Jaya cukup strategis sebab berada pada tengah tengah penduduk masyarakat dan di pinggir jalan, sangat mudah untuk dijangkau oleh masyarakat. akan tetapi seluruh aspek telah diterapkan pada Toko Mebel Sinar Jaya, akan tetapi masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.
2. Dampak strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen telah dilakukan dengan efektif oleh Toko Mebel Sinar Jaya mulai sebelum tahun 2017 secara offline dan setelah tahun 2017 secara online, secara offline contohnya, dari mulut kemulut dengan cara online contohnya, WhatsApp

Facebook. tapi semua strategi pemasaran yg sudah dilakukan Toko Mebel Sinar Jaya sebelum tahun 2017 dan setelah tahun 2017, baik online maupun offline itu masih belum berdampak serta dampaknya itu masih sama saja sebelum dan sesudah, dampaknya masih sulit untuk menarik minat beli konsumen.

B. Saran

Dengan selesainya penelitian yang dilakukan di Toko Mebel Sinar Jaya Paiton, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan antara lain:

1. Bagi pihak Toko Mebel Sinar Jaya, untuk lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya terhadap para konsumennya baik itu secara online atau offline. agar para konsumen lain itu mengenal lebih dalam tentang toko mebel farid rohman serta tertarik untuk membeli barang pada Toko Mebel Sinar Jaya.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat menambah pengetahuan.