

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa CV. Nuansa Citra Mandiri telah menerapkan Strategi pemasaran dengan alat marketing mix yang menggunakan variable 4P yaitu product, price, place dan promotion yang mampu meningkatkan keuntungan dan penjualan produk kusen aluminium.
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan strategi pemasaran terhadap penjualan produk dan jasa yang ditawarkan oleh CV. Nuansa Citra Mandiri, yang menjadi faktor pendukung yaitu dukungan dari masyarakat, pelayanan yang baik serta manajemen yang baik. Sedangkan faktor yang menghambat penerapan strategi pemasaran pada produk kusen aluminium adalah sumber daya yang masih minim atas kompetensin juga stok barang yang terbatas.
3. Berdasarkan hasil penelitian juga terdapat keunggulan dan kelemahan dalam penerapan strategi pemasaran. Secara keunggulan produk CV. Nuansa Citra Mandiri ini memiliki inovasi yang mumpuni dalam produk kusen aluminium akan tetapi kelemahan yang dihadapi justru dari persediaan warna yang sangat terbatas sehingga pada akhirnya konsumen tidak leluasa didalam pemilihan warna. Keunggulan harga itu relative terjangkau dan standar tetapi dengan adanya hal tersebut, maka muncul kelemahan harga yaitu Sebagian orang akan meragukan kualitas produk yang ditawarkan serta menimbulkan banyak asumsi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, maka pe.neliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pimpinan perusahaan CV. Nuansa Citra Mandiri diharapkan dapat memperluas pangsa pasar melalui mekanisme *marketing mix*

berupa promosi agar dapat dimaksimalkan, sehingga perusahaan dapat memperoleh surplus dan keuntungan yang optimal.

2. Bagi pemerintah diharapkan dapat kebersamai perusahaan seperti CV. Nuansa Citra Mandiri dalam membantu pembangunan ekonomi kedaerahan serta dapat mengatasi masalah melalui ekonomi kreatif yang berkembang juga membantu atas tercapainya kebutuhan dan membantu penyelesaian atas hambatan yang dialami oleh pengusaha.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengkaji lebih lanjut mengenai variable *marketing mix* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda serta menambahkan variable lain yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan produk.

