

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai perbedaan pemasaran *online* dan *offline* terhadap hasil penjualan WD Parfum didapat bahwa ada perbedaan strategi penjualan offline maupun penjualan online Toko WD Parfum terhadap hasil penjualan WD Parfum. Dimana penjualan secara offline lebih efektif sehingga WD Parfum harus menjaga kualitas pemasaran *offline* dengan cara mengubah konsep toko dengan lebih estetik sehingga menarik konsumen berkunjung ke toko secara langsung, memperbanyak varian parfum sehingga konsumen mendapat banyak pilihan wangi parfum, mengikuti *event* sehingga dengan mengenalkan produk-produk terbaru kepada calon konsumen baru secara langsung dan membuat program diskon yang menarik khususnya bagi member WD Parfum, sedangkan pemasaran *online* WD Parfum sebaiknya melakukan pemasaran online melalui Whatsapp, Email konsumen dan Tiktok untuk lebih memperluas jangkauan pasar, serta membuat konten-konten yang menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*, serta memasang iklan *online* berbayar.

5.2 Saran

Penjualan rata-rata Toko WD Parfum secara *offline* lebih tinggi dibandingkan nilai penjualan rata-rata Toko WD Parfum secara *online*. Oleh karena itu Toko WD Parfum meningkatkan pemasaran secara offline dengan mengadakan *Card loyalty program* dengan memberikan potongan harga sehingga konsumen akan tertarik melakukan pembelian secara berulang, sedangkan perbaiki pemasaran secara online sebainya Toko WD Parfum menggunakan berbagai macam *platform online* terutama Tiktok dengan demikian akan memperluas jangkauan konsumen.