

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh Ld Art Decoration Lidya Maient Wedding Gallery adalah 4P (*product, price, promotion, people*). Pada strategi *product* tidak hanya *make-up* dan dekorasi yang ditawarkan namun terdapat *product* lainnya seperti hiasan *henna art*, baju adat. Strategi *price* mempunyai berbagai macam paket *wedding* sehingga bisa dijangkau oleh kalangan bawah, menengah dan atas. Strategi *promotion* yang dilakukan yaitu membuat promosi yang menarik. Strategi *people* yang dilakukannya yaitu menguasai *skill* didalam bidangnya. Dari keempat strategi marketing yang diterapkan oleh Ld Art Decoration Lidya Maient Wedding Gallery membuat konsumen berminat terhadap jasanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
2. Secara parsial dan simultan strategi *product, price, promotion* dan *people* berpengaruh positif dan signifikan.

## B. Saran

1. Bagi Ld Art Decoration Lidya Maident Wedding Gallery, setelah dilakukannya penelitian dengan cara mengukur pengaruh dari strategi marketing mix 4P (*product, price, promotion, people*) terhadap peningkatan pendapatan. diharapkan menjadi bahan evaluasi terhadap pengelolaan untuk lebih maksimal dalam mengembangkan strategi marketing, bukan hanya 4P namun masih banyak lagi strategi marketing lainnya seperti *place, process, physical evidence* untuk dikembangkan strateginya. Gallery wedding dari Ld Art Decoration Lidya Maident Wedding Gallery ditingkatkan lagi kerapiahannya supaya konsumen mudah memilih saat *booking* wedding di gallery dan saat *fiting* baju pengantin. Selain itu, disarankan untuk mencantumkan alamat gallery wedding pada media sosial secara lengkap untuk mempermudah konsumen.
2. Bagi Akademisi, adanya hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber referensi dalam kegiatan belajar dan penelitiannya sebagai tugas akhir kuliah.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan menjadi salah satu inspirasi dalam penelitian untuk meneliti variabel strategi marketing lainnya seperti *place, process, physical evidence*.