

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, penulis meneliti topik dengan judul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Deskriptif pada Mutia Fashion Moslem)**), Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem dalam menarik minat beli konsumen yaitu Mutia Fashion Moslem mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang terstruktur untuk menarik minat beli konsumen. Diawali dengan perencanaan bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion), yang membantu mutia fashion menentukan strategi pemasaran yang tepat. Mutia fashion Mutia Fashion Moslem menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Tiktok untuk mengkomunikasikan produk mereka melalui konten video yang menarik. Kolaborasi dengan selebgram juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi, yang berkontribusi signifikan dalam meningkatkan penjualan. Menerapkan Integrated Marketing Communication (IMC) memungkinkan Mutia Fashion Moslem menghadirkan nilai tambah melalui berbagai saluran komunikasi seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan lainnya. Dengan merancang dan mengimplementasikan strategi ini, Mutia Fashion Moslem berhasil membangun minat beli yang kuat dan meningkatkan penjualan produk mereka.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem dalam menarik minat beli konsumen yaitu faktor pendukung nya adalah jaringan penjualan yang luas dengan mengikuti perhimpunan pengusaha muslimah yang didalamnya terdapat orang-orang penting sehingga banyak yang mendukung *brand* Mutia fashion moslem,

Tidak hanya itu kualitas produk dan juga desain yang unggul membuat mutia fashion moslem di pandang menarik oleh masyarakat serta Mutia fashion moslem juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Adapun faktor penghambat nya yaitu Persaingan bisnis fashion muslim yang semakin ketat dan ini menjadi tantangan bagi mutia fashion moslem agar selalu melakukan strategi dalam menarik minat beli konsumen. Perubahan tren dan selera konsumen juga menjadi penghambat mutia fashion moslem dalam memasarkan produknya dikarenakan permintaan konsumen pada produk baru dan desain yang baru sehingga mengakibatkan penumpukan stok lama. Maka dari itu mutia fashion moslem harus bisa mengelola produksi dengan stabil. Selain itu juga faktor penghambat nya yaitu memiliki tim yang sederhana sehingga terkadang menghambat dalam aktivitas kegiatan seperti membuat konten di Instagram dan Tiktok.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh mutia fashion moslem dalam menarik minat beli konsumen, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Menurut peneliti Mutia fashion moslem sudah baik dan berhasil dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen. Saran dari peneliti kepada *Owner* dan juga bagian marketing agar lebih aktif lagi dan konsisten untuk penjualan melalui live streaming di Instagram dan juga Tiktok, karena untuk saat ini live menjadi alat promosi dan penjualan yang memiliki banyak kelebihan dalam menarik perhatian konsumen. Ini adalah cara baru untuk terkoneksi antara brand ke pengguna internet agar bisa menjangkau lebih banyak konsumen.

2. Saran Akademis

Pada penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu pembaca atau peneliti baru yang akan memahami penelitian di jurusan komunikasi dan penyiaran islam dan menjadi sumber referensi akademis khususnya di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten agar bisa menjadi panduan penelitian di masa yang akan datang. Saran untuk penelitian berikutnya, dalam penelitian ini telah dipaparkan pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran mutia fashion moslem dalam menarik minat beli konsumen, yang dimana penelitian ini menggunakan teori yang relevan dengan topik penelitian. Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat membuat penelitian dengan objek dan studi kasus yang berbeda sehingga menghasilkan kebaruan dari penelitiannya.