

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut::

1. Strategi yang dilakukan toko Zoya untuk menarik minat beli Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah dengan menerapkan komunikasi pemasaran yakni: menyebarkan informasi kepada sasaran (mahasiswa) secara merata melalui tatap muka maupun melalui media sosial, mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh toko Zoya dengan menggunakan teknik yang tepat dan sesuai kondisi konsumen, membujuk khalayak (mahasiswa) agar membeli produk yang ditawarkan, mengingatkan konsumen akan kelebihan produk yang ditawarkan serta agar konsumen lebih memilih produk Zoya.
2. Minat beli mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Zoya Kota Palembang yakni, pada aspek memberikan perhatian terhadap produk yang dapat memberikan motivasi toko Zoya untuk selalu mengembangkan produk yang lainnya, senang terhadap produk yang ditawarkan sehingga terjalinnya komunikasi yang baik antara pegawai dan konsumen Zoya, konsisten terhadap produk yang ditawarkan, perasaan yang senang terhadap produk yang ditawarkan oleh toko Zoya, ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan oleh Zoya. Dengan adanya Strategi Komunikasi pemasaran yang baik diharapkan banyak

konsumen yang merasa puas dan tertarik untuk selalu mencari tahu informasi mengenai produk terbaru dari toko Zoya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran perlu yakni srbagai berikut::

1. Bagi pihak Zoya diharapkan agar dapat mengaplikasi strategi komunikasi pemasaran sehingga dapat menarik minat beli mahasiswa.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran toko Zoya dalam menarik minat mahasiswa dengan ruang lingkup yang lebih luas sehingga hasil dari penelitian tersebut nantinya dapat melengkapi penelitian- penelitian sebelumnya.