

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, terkait dengan Strategi Advertising Produk Rabbani Untuk Menarik Minat Beli Masyarakat Kota Palembang. Penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi periklanan yang diterapkan oleh Rabbani berdasarkan teori bauran pemasaran terbagi menjadi empat: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Semua itu berkolaborasi menjadi kesatuan yang utuh dalam meningkatkan nilai jual produk dalam bersaing pada brand busana Muslim di kota Palembang.
2. Adapun strategi yang dilakukan pihak Rabbani sendiri sudah sebaik mungkin agar bisa menarik minat beli masyarakat kota Palembang dilihat dari kedua narasumber yang sudah diwawancarai, mereka sangat antusias dengan cara Rabbani dalam memasarkan dan mengenalkan produk-produk terbaik mereka. dan ini membuat penjualan produk mereka tetap terjaga dan bersaing di pangsa pasar industri brand fashion muslim. Rabbani sendiri memiliki beberapa strategi yang diterapkan yakni media online dan offline, promosi. strategi yang dilakukan Rabbani dalam bersaing di pasar Brand muslim, dilakukan sudah semaksimal mungkin untuk bisa menarik konsumen agar minat dalam pembelian produk mereka.

## B. Saran

Setelah melakukan proses penelitian dan sampai pada penarikan kesimpulan, adapun saran yang diharapkan berguna untuk masa yang akan datang, sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu wadah yang memiliki brand ternama. yang menyediakan kebutuhan kaum muslimin diharapkan Rabbani Palembang dapat melebarkan sayapnya, mengembangkan media periklanannya dan tetap mempertahankan gaya periklananya.
2. Bagi program studi Komunikasi Penyiaran Islam yang akan menelaah mengenai *advertising* diharapkan berkomunikasi dengan orang yang sudah pernah berkecimpung didalam dunia *advertising* untuk dapat melihat perbandingan antara teori dan praktik.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti sesuatu yang memiliki hubungan dengan *advertising* semoga penelitian ini dapat dilanjutkan dengan objek penelitian yang berbeda dan menambah perbendaharaan keilmuan berkenaan dengan sebuah strategi *advertising*.
4. Diharapkan penelitian ini memberikan tambahan wawasan kepada khalayak ramai tentang strategi sebuah periklanan dalam sebuah unit usaha dagang dan masih banyak konten strategi yang lain yang dapat Anda temukan di luar sana yang jauh lebih menarik dan efektif.
5. Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi sebuah unit usaha dagang yang baru memulai sebuah bisnisnya ataupun yang sudah lama untuk dapat memanfaatkan media-media di sekitar sebagai media periklanan dengan efektif dan efisien.

