

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa;

Strategi bisnis *thrifting* Ngebedje Store dalam mempertahankan pelanggannya menggunakan ke-empat elemen bauran promosi (promosi mix) seperti *iklan (advertising)*, *promosi penjualan (sales promotion)*, *publikasi (publicity)* dan *penjualan personal (personal selling)*. Dengan kombinasi kegiatan promosi ini Ngebedje Store menarik dan mempertahankan minat pelanggan terhadap produknya sehingga menghasilkan dampak positif pada peningkatan penjualannya.

Tidak hanya itu, Ngebedje Store menarik perhatian baik dari pelanggan yang sudah ada maupun pelanggan baru melalui program give away, penawaran potongan harga, dan bahkan memberikan pakaian gratis dengan syarat tertentu berdampak pada peningkatan jumlah pengikut di akun Instagram mereka, serta mendorong terjadinya pembelian yang lebih besar.

Selain itu, melalui publisitas dan personal selling, Ngebedje Store berupaya mempertahankan kesetiaan pelanggan dengan cara memupuk kepercayaan, menjaga kepuasan, dan merawat hubungan baik dengan

para pelanggannya. Dengan demikian, Ngebedje Store dapat bertahan dan bersaing di tengah persaingan bisnis *thrift* di Palembang.

B. Saran.

1. Bagi Ngebedje Store

Untuk pengembangan lebih lanjut, Ngebedje Store diharapkan dapat memperluas pemanfaatan media sosialnya. Selain Instagram dan Facebook, juga dapat memanfaatkan aplikasi TikTok untuk melakukan promosi karena TikTok saat ini banyak digunakan oleh kaum milenial. Selain itu, disarankan untuk melakukan penjualan melalui e-commerce seperti Shopee agar memudahkan pelanggan yang berada di luar Palembang untuk membeli produk dari Ngebedje Store, sehingga penjualan dapat meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan agar hasil dari penelitian skripsi ini dapat digunakan untuk perbandingan dan juga referensi sebagai gambaran lebih mendalam pada penelitian selanjutnya yang mencakup lebih luas mengenai pemasaran.