

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan yang didapatkan terkait pemilihan alternatif strategi pemasaran yang digunakan di CV. Mahkota Tikar didapatkan hasil perankingannya. Adapun hasil pengolahan data menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*), metode TOPSIS (*Technique for Orders Preference by Similarity to Ideal Solution*) dan analisa marketing mix yang digunakan, urutan alternatif dengan nilai dari yang tertinggi, diperingkat 1 yaitu alternatif melalui media sosial dan *marketplace*, dengan nilai preferensi sebesar 0.67 artinya upaya untuk meningkatkan penjualan, perusahaan bisa memfokuskan melalui alternatif tersebut untuk memasarkan produknya., kemudian diperingkat 2, alternatif melalui media sosial dan media massa dengan nilai preferensi sebesar 0.45. Dan yang terakhir diperingkat 3, alternatif melalui *marketplace* dan media massa dengan nilai preferensi sebesar 0.39.

5.2 Saran

Adapun saran yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Metode analisis 4P, Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan juga Metode TOPSIS dapat digunakan oleh perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat melalui hasil dari evaluasi yang sudah dilakukan.
2. Hasil perankingan yang ditunjukkan dapat digunakan perusahaan sebagai perbaikan atau sebagai acuan dalam strategi pemasarannya yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan.