

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, kesimpulan yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

1. Alasan manajemen SHF Katering merubah pola pemasarannya dari offline menjadi online dikarenakan hasil penjualan menggunakan pemasaran offline kurang memuaskan, susah menjangkau target pasar, dan era sekarang adalah eranya pemasaran online
2. Mekanisme pemasaran online pada SHF Katering adalah menentukan media yang akan digunakan, membuat konten pemasaran online, menggunakan iklan, dan mengumpulkan database pelanggan.
3. Variabel Harga (X1) berpengaruh terhadap volume penjualan (Y) akan tetapi memiliki arah hubungan yang negatif. Sedangkan jumlah produksi (X2), jumlah pembeli (X3), dan promosi (D) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (Y). Adanya pemasaran online dapat meningkatkan volume penjualan.
4. Peluang yang dimiliki oleh SHF Katering yaitu mempunyai target konsumen, tren gaya hidup sehat dan berkembangnya teknologi. sedangkan kendala yang dihadapi SHF Katering yaitu kebutuhan konsumen yang bervariasi, persaingan pemasaran online, dan tren yang cepat berubah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. SHF Katering hendaknya terus menjalankan kegiatan promosi dengan media yang selama ini digunakan. Kedepannya bisa dicoba untuk melakukan

promosi yang lebih bervariasi dan mengkombinasikan cara pemasaran online dengan cara pemasaran offline dengan harapan volume penjualan semakin meningkat.

2. Hendaknya SHF Katering selalu memerhatikan segala sesuatu dari sudut pandang pembeli maupun pelanggan, berupaya untuk memenuhi kebutuhan pembeli maupun pelanggan, memberikan solusi atas permasalahan yang ada, meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga serta meningkatkan kepercayaan masyarakat agar SHF Katering menjadi pilihan yang pertama dalam kategori katering makanan diet dan makanan sehat.
3. Meskipun hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif pemasaran online terhadap volume penjualan, akan tetapi perlu dilakukan evaluasi kegiatan pemasaran di tahun-tahun mendatang untuk mengetahui efektivitas media pemasaran yang dilakukan perusahaan.
4. Diharapkan SHF Katering selalu memanfaatkan peluang-peluang yang ada, misalnya menggunakan media sosial *Youtube* sebagai promosi dengan konten-konten berupa video edukasi, video entertain yang menarik seputar gaya hidup sehat dan diet sehingga dapat meningkatkan jangkauan target pasar.