

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian serta menganalisa strategi pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence dan Process*) yang terdapat di Onix, peneliti mengembangkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu:

Onix memiliki keunikan tersendiri yaitu Onix meracik sendiri setiap aroma varian yang dikeluarkan, serta dari segi penamaan produk yang beragam yaitu ada varian 12 *zodiac edition*. Fresh Book Passion, Call Me Bento, Chillin Baby, Senoparty, FWB, Mexicola, Abraham, Seductress, Helena dan Gratitude. Onix juga telah memiliki BPOM. Untuk menentukan harga, Onix menghitung HPP dan konsep seperti apa yang akan diangkat dari setiap varian. Harga yang diberikan Onix cukup terjangkau yaitu 99ribu untuk ukuran 30ml sehingga masuk untuk semua kalangan. Onix tidak memiliki toko *offline*, untuk mendistribusikan produk Onix lakukan secara *online* dengan menggunakan media sosial yang sedang banyak digunakan orang-orang seluruh dunia, yaitu TikTok. Di TikTok, Onix melakukan strategi promosi dengan membuat konten yang menarik, memanfaatkan TikTok Shop, TikTok live dan TikTok ads, serta melakukan kerjasama *endorsement* dengan *influencer*. Dalam pemilihan *influencer* untuk *endorsement* Onix melihat beberapa aspek seperti, *insight* dan market pasar yang dimiliki, *rate* harga, serta melihat isi konten dan banyak nya pengikut dari *influencer* tersebut. Demi menunjang kepuasan pelanggan, Onix memberikan parfum yang berkualitas, *packaging* yang menarik dan elegan, stiker dan *greeting card*, tester gratis berukuran 5ml dan juga kartu ucapan yang bisa disesuaikan. Untuk mendapatkan itu semua, calon pembeli bisa melakukan pembelian melalui TikTok Shop yang ada di profil TikTok Onix.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap strategi komunikasi pemasaran Onix dalam meningkatkan penjualan parfum melalui media sosial TikTok. Peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka peneliti akan memberikan saran berharap untuk memberikan saran kepada peneliti

agar penelitian selanjutnya yang serupa akan lebih baik lagi. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan untuk membuka toko *offline*, supaya calon pembeli dapat mencium aroma parfum yang ingin dibeli secara langsung untuk jangkauan yang lebih luas dalam menarik pelanggan dan untuk pembuatan konten video TikTok, lebih diperhatikan lagi dengan menggunakan tripod agar tidak *shaking* dan menggunakan pencahayaan yang bagus supaya hasil konten video TikTok tersebut hasilnya maksimal.

2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa. Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini yaitu, diharapkan untuk membahas permasalahan dalam media sosial lainnya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pada peneliti selanjutnya juga agar dikembangkan dan lebih memperdalam lagi dari hasil dari penelitian yang sudah dibuat.

