BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, beberapa kesimpulan dapat diambil dari hasil penelitian ini.

- Faktor internal apa saja dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening, yaitu :
 - a. Kekuatan (Strength)
 - Harga yang terjangkau
 - Kualitas produk
 - Design yang menarik
 - Promosi yang dilakukan secara berkala
 - Produk mudah ditemukan
 - b. Kelemahan (Weakness)
 - Strategi promosi yang kurang
 - Harga terlalu mahal
 - Kualitas produk yang kurang baik
 - Proses pemesanan yang sulit
 - Packaging produk
- Dapat mengetahui Faktor Eksternal apa saja dalam meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening, yaitu :
 - a. Peluang (Opportunities)
 - Varian produk banyak
 - Memiliki produk unggulan
 - Produk sudah dikenal masyarakat
 - Melakukan promosi melalui media sosial
 - b. Ancaman (Threats)
 - Banyak produk baru
 - Promosi yang dilakukan pesaing lebih baik
 - Harga produk pesaing lebih terjangkau
 - Design produk pesaing lebih menarik

- Hasil analisis SWOT dalam strategi pemasaran Produk Scarlett Whitening Berdasarkan hasil yang ditentukan, Scarlet Whitening berada pada posisi kuadran I. Ini menunjukkan bahwa Scarlet Whitening kuat dan memiliki peluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif. Singkatnya, Scarlet Whitening dalam kondisi stabil dan akan terus mengembangkan pasar dan mencapai kemajuan terbesar. Langkah selanjutnya dalam pengambilan keputusan Scarlett Whitening untuk pemasaran dapat dilakukan dengan strategi SO yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

1.2 Saran

1. Selain promosi yang dilakukan di media sosial, promosi juga dapat dilakukan melalui event dengan tujuan untuk memperluas atau memperkenalkan produk scarlett whitening kepada calon konsumen
2. Memperbaiki packaging dalam pemesanan untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen
3. Mengeluarkan varian pake promo sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen
4. Melakukan evaluasi dalam pelayanan dengan maksud untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen
5. Selalu melakukan promosi di sosial media secara berkala agar konsumen tau informasi tentang promo produk.