BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan data serta hasil yang telah didapatkan. Berikut kesimpulan yang diperoleh dalam menggunakan bauran pemasaran 4P (*Place, Price, Promotion*), yaitu:

a. Harga (price) menu yang diberikan oleh Blessedshin. Blessedshin berusaha untuk tidak memberikan harga yang mahal kepada konsumen. Dengan harga yang cukup terjangkau Blessedshin juga harus memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk customer. Penambahan biaya hanya berlaku saat adanya event besar seperti 12.12 dan pedagang besar.

b. Blessedshin memiliki tempat (*place*) yang cukup strategis dan mudah dijangkau, Blessedshin juga memiliki area yang cukup luas, dan juga sangat memerhatikan kenyamanan parkir untuk customer. Blessedshin selalu mengutamakan kenyaman, kebersihan.

c. Produk (*product*) yang menjadi favorit di Blessedshin adalah mini dress dan dress well. Produk yang disajikan juga beragam, tidak hanya menjual dress well aja, tetapi juga menjual berbagai A-line dress, serta banyaknya pilihan produk.

d. Promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh Blessedshin dengan melakukan penyebaran informasi dengan memanfaatkan media sosial TikTok. Informasi melalui promosi melalui live streaming selalu dibagikan setiap harinya di TikTok Blessedshin. Selain itu Blessedshin juga melakukan komunikasi langsung terhadap customer untuk memperkenalkan produk baru yang dibuat oleh Blessedshin.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Blessedshin menggunakan bauran pemasaran 4P (*Place, Price, Price, Promotion*) untuk menarik minat pengunjung melalui event promosi melalui live streaming

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

yang dilakukan. Promosi melalui live streaming di Blessedshin diselenggarakan lima kali dalam seminggu terdapat pada hari Senin, Rabu, Jum'at, Sabtu dan Minggu, dengan pengisi promosi yang berbeda-beda, seperti 12.12, pedagang besar, dan lainnya. Kegiatan event promosi melalui live streaming merupakan salah satu cara promosi yang dilakukan oleh Blessedshin dalam menarik minat pengunjung untuk mengenalkan tempat dan juga sebagai promosi menu. Pihak Blessedshin selalu berusaha menghadirkan beberapa produk yang baik agar pengunjung yang datang ke Blessedshin semakin banyak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, penulis memiliki beberapa saran yang dapat membantu, serta bertujuan membangun dan memperbaiki kekurangan event promosi melalui live streaming di Blessedshin untuk berkembang menjadi lebih baik lagi. Adapun saran penulis kepada Blessedshin perlu lebih aktif lagi dalam melakukan promosi di sosial media untuk mengenalkan produk dress well baru dan memberikan informasi adanya promosi produk. Untuk event promosi melalui live streaming Blessedshin perlu lebih memperhatikan lagi konsep dan tempat, serta mendekor konsep agar dapat menarik perhatian calon pengunjung atau pengunjung.