BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran pada bab 4 dan hasil dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan secara umum strategi komunikasi pemasaran barbershop Haircut Inside dalam meningkatkan pelanggan di masa pandemi covid-19 yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, kesimpulan untuk strategi komunikasi pemasaran barbershop Haircut Inside dalam meningkatkan pelanggan di masa pandemi covid-19. Beberapa strategi yang di ambil oleh Barbeshop Haircut Inside dalam penelitian ini, yaitu Iklan, Promosi penjualan, Hubungan masyarakat dan publisitas, Pemasaran langsung, Pemasaran interaktif, Pemasaran dari mulut ke mulut, Penjualan personal
2. Berdasarkan hasil penelitian untuk delapan strategi komunikasi pemasaran menurut Integrated Marketing Communication pendapat Kotler dan Keller (2013:174) barbershop Haircut Inside hanya menggunkan tujuh strategi terdapat 1 strategi yang tidak digunakan oleh Barbershop Haircut Inside, yaitu di point ke-3 acara dan pengalaman menurut key informan Barbershop Haircut Inside belum menggunakan acara dan pengalaman dikarenakan situasi sedang pandemi akan sulit untuk membuat Event yang diadakan untuk pelanggan.

5.2 Saran

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Barbershop Haircut Inside dari 8 strategi yang tidak digunakan hanya satu yaitu acara dan pengalaman sebaik nya Barbershop Haircut Inside menggunakan kedelapan strategi pemasaran menurut *Integrated Marketing Communication* pendapat Kotler dan Keller (2013:174) karena delapan strategi ini sangat penting untuk meningkatkan pelanggan dan barbershop Haircut Inside banyak di kenal orang.

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA