

## BAB VI

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap penjualan produk kipas angin Panasonic di Sumatera Barat diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran terpilih adalah strategi promosi yang terdiri dari mendirikan stan-stan di supermarket atau pusat perbelanjaan, mengencarkan promosi di sosial media, kegiatan *gathering* untuk memperkenalkan produk, dan menawarkan produk kepada instansi-instansi besar.

#### 5.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk dapat melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran pada produk kipas angin Panasonic di Sumatera Barat yang telah diusulkan atau merumuskan strategi pemasaran menggunakan metode lain, seperti pendekatan SOAR (*Strength, Opportunity, Aspiration, Result*).

