

A. Simpulan

1. strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh toko Bu Muzanah adalah strategi pasar yang berorientasi pada segmentasi geografis, yang mana toko Bu Muzanah berlokasi ditengah kota Gresik, serta segmentasi demografis dan segmentasi psikografis yaitu toko Bu Muzanah tidak memandang konsumen untuk membeli produk baik itu jenis kelamin, agama, kelas sosial serta gaya hidup. Toko Bu Muzanah juga menjual banyak macam produk, harga yang ditentukan lebih murah, tempat terjangkau serta melakukan promosi.
2. Toko Bu Muzanah dalam mendorong pengembangan produknya mempunyai banyak faktor, baik faktor intern maupun ekstern, dalam faktor intern toko Bu Muzanah menjual banyak variasi dalam produk aneka makanan bandeng. Serta dalam faktor ekstern disekitar toko Bu Muzanah banyak pesaing yang menjual produk bandeng presto.



B. Saran

Melalui penulisan karya ilmiah ini ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan antara lain:

1. Hendaknya toko Bu Muzanah bisa mencantumkan expiret atau kadaluwarsa disetiap produk yang dijual.
2. Sebaiknya toko Bu Muzanah menganalisa kembali atau lebih meningkatkan lagi tentang promosi penjualan produk-produknya, sebab promosi adalah salah satu hal atau alat yang dapat manunjang keberhasilan toko Bu Muzanah dalam memasarkan produknya.
3. Toko Bu Muzanah menambah lagi produk-produknya seperti banyak aneka rasa atau sarana seperti mobil antar pesanan. Mungkin dengan menambah produk dan sarana tersebut konsumen suka atau sering ke tiko Bu Muzanah.