BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian-uraian dari bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan mengenai "*Strategi* Bagian Promosi Dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung Dalam Membangun *Brand Image* Melalui Promosi Produk Dikalangan Konsumen" adalah sebagai berikut:

1. **Tujuan** yang dilakukan Bagian Promosi dan Marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung pada kegiatan promosi produk dalam membangun *brand image* melalui promosi produk dikalangan konsumen harus dipertahankan, hal ini bisa dilihat dari bagaimana arahan, maksud yang akan dicapai oleh *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung. Sasaran dari *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung itu sendiri adalah yaitu para kaum muslimin dan muslimah yang akan memperbaiki penampilannya baik dari pakaian, acesoris, ataupun bacaan-bacaan yang berbau Islami. Adapun maksud dan tujuan dari promosi produk yang dilakukan oleh *Alifa Moeslem's Shopping Center* Bandung adalah untuk mendongkrak/meningkatkan penjualan produknya.
2. **Rencana** yang dilakukan Bagian Promosi dan Marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung pada kegiatan promosi produk dalam membangun brand image melalui promosi produk dikalangan konsumen harus dipertahankan, hal ini bisa dilihat melalui proses untuk menentukan tindakan masa depan yang

tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan promosi produk *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung yang didasarkan pada tujuan-tujuan yang akan dicapai seperti memuaskan kosumen, memperkenalkan produk kepada konsumen sehinga dapat mempererat hubungan *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung dengan konsumennya.

3. **Kegiatan** yang dilakukan Bagian Promosi dan Marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung pada kegiatan promosi produk dalam membangun brand image melalui promosi produk dikalangan konsumen harus dipertahankan, dilihat dari serangkaian aktivitas yang akan dilakukan oleh managemen atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan oleh perusahaan, seperti Tafakuran, pengajian, acara-acara anak-anak dalam memperkenalkan ajaran-ajaran agama Islam.
4. **Pesan** yang disampaikan Bagian Promosi dan Marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung pada kegiatan promosi produk dalam membangun brand image melalui promosi produk dikalangan konsumen harus dipertahankan, dilihat dari keseluruhan apa yang disampaikan oleh bagian promosi dan marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung baik pesan persuasive maupun pesan informative.
5. **Media** yang digunakan Bagian Promosi dan Marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung pada kegiatan promosi produk dalam membangun brand image melalui promosi produk dikalangan konsumen adalah saluran penyampaian pesan, baik media cetak atau media elektronik. Cara-cara tersebut diwujudkan melalui

media promosi dengan menggunakan periklanan melalui bauran promosi yaitu periklanan melalui surat kabar, bulletin, brosur, Sedangkan periklanan melalui media elektronik ialah melalui siaran radio.

6. **Strategi** ialah suatu perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, dimana suatu perusahaan harus memiliki persiapan yang matang dalam melakukan suatu planning (perencanaan). Ini terlihat pada *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung yang memiliki persiapan sebelum melakukan tindakan seperti melakukan perencanaan kegiatan sebelum melakukan kegiatannya.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, Peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja bagian promosi dan marketing *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung diharapkan dapat atau mampu untuk kreatif dan inofatif dalam melakukan pengambilan gambar dan komposisi warna dalam bulletin, brosur, dan spanduk dalam promosi produknya agar konsumen tidak bosan.
2. Memunculkan kemudahan pelayanan konsumen dalam promosi dan keluhan konsumen (munculkan telepon bebas pulsa).
3. Memperluas lagi pasar untuk seluruh pasar yang ada tidak terfokus pada satu pasar saja, dalam artian *Alifa moeslem's Shopping Center* Bandung membangun lagi cabang yang lain baik didalam kota ataupun diluar kota Bandung.