BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti sampaikan selama melaksanakan penelitian di Rumah Cantik Citra adalah sebagai berikut :

1. **Product (Produk/Jasa)** Rumah Cantik Citra Merupakan salah satu tempat perawatan kecantikan yang menawarkan perbedaan dengan produk/jasa sejenis. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari karakteristik produk/jasa yang dimiliki oleh Rumah Cantik Citra, konsep penampilan yang inovatif dan kreatif dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap pengunjung yang datang ke tempat tersebut, serta kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing terapis yang mumpuni sehingga menjadi ciri khas dari penampilannya.
2. **Price (harga)** Faktor harga merupakan penentu kritis yang membedakan produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Artinya, faktor harga dapat membentuk keyakinan, dan harga merupakan faktor kunci. Harga juga merupakan faktor yang

dapat membuat kepuasan tersendiri bagi pengunjung akan perawatan yang disajikan.

3. ***Place*** **(Distribusi)** Distribusi adalah bagian dari bauran pemasaran yang mempertimbangkan cara penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Faktor distribusi memberikan kualitas pada konsumen karena produk tersebut mudah untuk dibeli saat dibutuhkan. Sehingga Rumah Cantik Citra yang siap berkompetisi dengan kompetitor lain dan bisa dinikmati oleh semua kalangan yang menginginkan produk jasanya**.**
4. ***Promotion*** **(Promosi)** yang dilakukan oleh Rumah Cantik Citra dalam bentuk media elektronik, cetak, online, dan mulut ke mulut. Tujuannya yang utama adalah untuk meningkatkan penjualan, mendapatkan *image* yang positif dan dapat mempertahankan eksistensi akan keberadaan Rumah Cantik Citra.
5. **Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Pengunjung** pada proses komunikasi pemasaran yang terjadi melibatkan unsur komunikasi pada umumnya (Sumber, pesan, media, penerima dan efek). Agar memudahkan proses komunikasi pemasaran tersebut adalah dengan mengembangkan konsep *Marketing Mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari *product, price, place* dan *promotion* yang diharapkan dari aplikasi *Marketing Mix* tersebut dapat mempertahankan eksistensi keberadaan Rumah Cantik Citra di Kota Bandung dan menghadapi persaingan yang terjadi dengan kompetitor di pasar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Dalam rangka melakukan penelitian, seorang peneliti harus memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi, atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang harus diberikan oleh peneliti untuk Rumah Cantik Citra adalah sebagai berikut :

1) Sebaiknya Manajemen Rumah Cantik Citra lebih mengoptimalkan media *online* yang tersedia. Hal tersebut untuk saat ini dapat menguntungkan karena banyak orang yang menggunakan media *online* untuk mencari berbagai informasi.
2) Untuk mencapai hal yang diinginkan perusahaan supaya kedepannya bisa lebih baik lagi, perusahaan Rumah Cantik Citra memasang baligho di beberapa titik untuk menarik pengunjung datang ke Rumah Cantik Citra.
3) Kemudian demi kenyamanan, area parkir lebih diperluas lagi supaya pengunjung yang datang merasakan kenyamanan berada di Rumah Cantik Citra.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun peneliti ingin memberikan saran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1) Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan dengan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian sampai pada loyalitas pelanggan terhadap produk yang ada di perusahaan.
2) Bagi peneliti selanjutnya dengan fokus penelitian strategi komunikasi pemasaran dapat membahas hingga ke perilaku konsumen sebagai hasil dari komunikasi pemasaran yang telah dilakukan.
3) Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari perusahaan dan data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan lebih baik lagi dan lancar.
4) Penelitian yang telah dilakukan ini dapat dijadikan sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan, tanpa melupakan unsur nilai keahliannya, dalam penelitian dibidang Ilmu Komunikasi konsentrasi Ilmu Humas, khususnya penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Pengunjung. Dan penelitian ini dapat bermanfaat untuk kemudian hari.