

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Bakmi Alung merupakan salah satu rumah makan yang menjual berbagai mie, mulai dari bakmi, bihun, hingga kwetiau. Rumah makan Bakmi Alung selalu memberikan cita rasa yang original serta memberikan pelayanan terbaik untuk para pelanggannya. Namun sayangnya saat ini Bakmi Alung belum memiliki identitas yang konsisten serta nama Alung sendiri sudah di HAKI oleh *brand* lain dengan kode kelas yang sama. Secara visual Bakmi Alung belum menerapkan prinsip desain yang konsisten, terdapat tiga buah identitas yang masih digunakan pada setiap medianya. Bakmi Alung juga tidak memiliki signage pada rumah makanya yang membuat ekuitas dari rumah makan Bakmi Alung rendah.

Berdasarkan masalah tersebut penulis memberikan solusi dengan perancangan *rebranding* bagi Bakmi Alung dengan melakukan perubahan nama menjadi Bakmi Sanmar. Perubahan nama tersebut didapat dari hasil analisis yang dilakukan penulis terhadap *customer behavior* Bakmi Alung. Sehingga *customer loyal* dari Bakmi Alung tidak mengalami penurunan akibat dari perubahan nama yang dilakukan.

#### 5.2 Saran

Pada tahap ini penulis memberikan solusi terhadap desain berupa perancangan *rebranding*, sebaiknya pemahaman terhadap riset merek harus dilakukan lebih mendalam. Riset yang mendalam dapat dilakukan dengan cara observasi secara langsung pada berbagai pihak yang terkait. Selanjutnya setelah memahami masalah yang ada dengan mendalam, barulah masuk ke tahap perancangan yang akan dirancang agar solusi yang didapat sesuai dan tepat. Setelah melakukan perancangan, tahap selanjutnya untuk memastikan kembali ke efektifitas perancangan maka dilakukan user testing pada target yang telah ditentukan sesuai dengan target audiens.