



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian The Springs Club berhasil menarik pelanggan melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan olehnya. Strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh The Springs Club sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal tersebut dikarenakan keberhasilan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran.

Dapat dibuktikan bahwa dengan menjalankan strategi komunikasi pemasaran The Springs Club dapat menarik pelanggan hingga melakukan keputusan pembelian. Untuk mencapai hal tersebut tentu bukan hal yang mudah bagi The Springs Club, ia harus menjalankan strategi komunikasi pemasaran semaksimal mungkin. Terdapat banyak strategi di dalamnya dan ia harus menjalankan setiap strategi tersebut dengan perencanaan yang baik.

The Springs Club dapat menjalankan setiap strategi dengan baik salah satunya dengan cara melakukan evaluasi. The Springs Club selalu melakukan evaluasi dari setiap strategi yang ia jalankan. Evaluasi diharapkan dapat meningkatkan dan memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan The Springs Club.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis peneliti bagi peneliti selanjutnya adalah akan lebih baik lagi jika perusahaan yang ingin diteliti ingin memberikan beberapa rangkaian anggaran perusahaan serta dapat menggunakan model Belch and Belch yang lebih detail lagi mengenai komunikasi pemasaran, agar mengetahui anggaran yang diberikan sesuai atau tidak.

5.2.2 Saran Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan The Springs Club dapat menjabarkan lebih detail lagi mengenai anggaran yang ia gunakan untuk melaksanakan strategi komunikasi pemasaran. Hal tersebut diperuntukan untuk mengetahui apakah anggaran yang digunakan sudah sesuai atau tidak. Selain itu untuk mengetahui apakah anggaran yang diberikan digunakan secara optimal atau tidak. Maka dari itu diharapkan segala anggaran yang dikeluarkan dipergunakan dengan baik dan optimal. Hal ini juga menjadi bahan pembelajaran untuk program komunikasi pemasaran selanjutnya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA