

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Citra Perusahaan Pada Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer*”, maka penulis dalam bab ini dapat menarik suatu kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data penelitian untuk variabel komunikasi pemasaran terpadu, Persepsi responden terhadap pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu termasuk dalam kategori cukup. Variabel komunikasi pemasaran terpadu yang perlu diperhatikan adalah dimensi penjualan pribadi atau pada indikator kejelasan pemberian informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi atau indikator tersebut masih kurang efektif apabila dibandingkan dengan dimensi lain, dikarenakan penjelasan yang diberikan oleh marketing SA *Wedding* tidak cukup jelas.
2. Citra Perusahaan Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* berada pada interval 4048 sampai 5632 dan tanggapan responden setelah di akumulasikan tentang Citra Perusahaan Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* berada pada kategori cukup dengan skor 5291. Artinya citra perusahaan Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* saat ini belum begitu dipandang baik. Hal ini ditunjukkan pada tanggapan responden pada dimensi persepsi dan pada indikator perasaan

konsumen setelah pelayanan yang menunjukkan skor yang paling rendah pada variabel citra perusahaan.

3. Dari hasil pengujian yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara komunikasi pemasaran terpadu terhadap citra perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari analisis pengaruh bahwa komunikasi pemasaran terpadu terhadap citra perusahaan sebesar 70,6%, sedangkan sisanya sebesar 29,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

5.2 Saran

Berikut ini penulis memberikan beberapa saran yang selanjutnya dapat dijadikan referensi oleh perusahaan guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer*, sebagai berikut:

1. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang sudah dikemukakan mengenai “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Citra Perusahaan pada Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer*”, yang masuk dalam kategori cukup, Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* harus bisa meningkatkan komunikasi pemasaran terpadu terhadap klien selain itu Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* juga harus memberikan *service excellent* agar klien merasa puas dan memberikan *feedback* yang positif terhadap perusahaan. Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* sebaiknya harus lebih meningkatkan kemampuan para *marketingnya* dalam memberikan pelayanan karena pada kenyataannya klien masih kurang jelas mengenai informasi yang didapatnya.

2. Citra perusahaan Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* yang masuk dalam kategori cukup, padahal jika dilihat dari kegiatan usahanya sebagai perusahaan yang sudah banyak menangani pernikahan, seharusnya Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* memiliki inovasi dalam bidang pelayanan jasa, apa yang inginkan klien Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* bisa terpenuhi, selain itu agar klien dari Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* merasa yakin dan percaya terhadap kinerja perusahaan yang akan berdampak pada citra baik perusahaan. Saat ini klien telah memiliki pandangan yang kurang baik terhadap pelayanan yang diberikan dari Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer*, sebaiknya perusahaan dengan segala upaya harus mampu merubah *mindset* dan pandangan yang akan berdampak pada citra perusahaan yang baik dengan memperbaiki pelayanan jasa diberbagai bagian perusahaan yang berkaitan dengan klien.
3. Sari Anzailla (SA) *Wedding And Event Organizer* pada saat ini masih belum bekerja secara maksimal, pemasaran pribadi yang dilakukan sebaiknya lebih kreatif dan berinovasi agar calon konsumen tertarik dan dapat memberikan *feedback* yang baik, baik terhadap *vendor* maupun pihak perusahaan. Bagi sebagian masyarakat kebanyakan belum familiar dengan komunikasi pemasaran melalui internet atau media sosial. Perusahaan hendaknya melakukan penyuluhan melalui hubungan masyarakat dan publisitas tentang pentingnya pemasaran melalui media internet.