

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil studi lapangan, studi literatur, pengumpulan data, dan visualisasi desai akhir, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi merupakan elemen penting dalam proses pemasaran. Promosi juga merupakan media dalam proses pembentukan *brand* yang ingin disampaikan kepada pasar.
2. Dalam proses *redesign* dibutuhkan proses perancangan strategi *design* yang tepat, yaitu melalui proses riset, sehingga dapat mengidentifikasi permasalahan – permasalahan yang ada.
3. Logo sebagai salah satu elemen didalam pembentukan *brand*, harus mampu mewakili identitas perusahaan serta produk atau jasa yang ditawarkan sehingga target market yang dituju dapat mengerti.
4. Penerapan *branding* melalui media promosi membutuhkan pertimbangan yang tepat mengenai *budgeting* dan juga efektifitas media yang akan dipilih, sehingga dapat menarik perhatian target market yang dituju.
5. Suatu *brand* yang berhasil adalah *brand* yang mampu memberikan nilai bagi target market yang dituju, sehingga mampu memberikan manfaat yang baik bagi setiap konsumen serta berdampak pada loyalotas konsumen terhadap perusahaan.

5.2. Saran

Saran untuk diri sendiri:

1. Agar menjadi lebih baik lagi dalam bekerja, serta selalu berpikir secara kritis, sehingga mampu menghasilkan karya yang bermanfaat.

2. Menjadi lebih matang dan dewasa dalam segala hal, terutama dalam proses berkarya dan mengambil keputusan.
3. Berpikir positif, berpandangan luas, dan menciptakan solusi yang tepat bagi setiap masalah.

Saran untuk civitas akademi Universitas Kristen Maranatha:

1. kredibilitas suatu lembaga dapat dilihat dari bagaimana lulusan yang dihasilkan lembaga tersebut memiliki nilai dan kualitas bagi masyarakat luas. Untuk kedepannya semoga civitas akademi Maranatha mampu menghasilkan lulusan – lulusan yang lebih berkualitas dari sebelumnya.
2. Pengalaman merupakan guru yang sangat berharga, inilah yang menjadikan lulusan yang berkualitas. Semoga ilmu yang didapat dalam proses pembelajaran dapat diikuti dengan pengalaman – pengalaman dalam dunia nyata, sehingga mahasiswa/i mampu mempersiapkan diri dalam mengatasi persoalan yang dihadapi dalam berkarya.

Saran untuk pihak perusahaan Warung Nasi Ibu Imas:

1. Dibutuhkan pengetahuan strategi *branding* yang tepat bagi pihak pengelola Warung Nasi Ibu Imas agar dapat lebih efektif dalam menjangkau target market yang ada. Strategi *branding* yang tepat harus sejalan dengan kondisi geografis, demografis, dan psikografis yang akan dituju.