

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Klinik Kecantikan Latika Beauty Care di Kota Bogor, maka dapat penulis tarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dalam melakukan perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan pada klinik kecantikan Latika Beauty Care sebelum melaksanakan kegiatan promosinya telah dilaksanakan dengan baik yaitu dengan menentukan segmentasi serta target sasaran promosi yang luas, menggunakan media sosial dan memanfaatkan event serta e-commers sebagai media promosi.
- 2) Setelah melakukan perencanaan, klinik kecantikan Latika Beauty Care melaksanakan kegiatan komunikasi pemasarannya dengan menggunakan lima bauran komunikasi yang terdapat pada Komunikasi Pemasaran Terpadu diantaranya yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*personal selling*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan hubungan masyarakat (*public relation*). Dari ke-lima bentuk promosi tersebut juga telah dilaksanakan dengan baik oleh klinik

kecantikan Latika Beauty Care. Dalam hal ini media sosial menjadi langkah utama untuk memberikan informasi kepada khalayak karena penggunaannya yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang mahal. Sehingga klinik kecantikan Latika Beauty Care mampu memanfaatkan dengan baik untuk menarik minat para calon konsumennya melalui media sosial.

- 3) Tahap terakhir yang dilakukan klinik kecantikan Latika Beauty Care dari perencanaan serta pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yaitu melakukan evaluasi. Yang dimana pada evaluasi ini klinik kecantikan Latika Beauty Care membahas mengenai kegiatan promosi yang telah dilakukan dan peningkatan kinerja karyawan dalam hal pengelolaan operasional klinik kecantikan. Hal ini dilakukan untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dari klinik kecantikan Latika Beauty Care.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ketika penulis melakukan penelitian di klinik kecantikan Latika Beauty Care, maka penulis mencoba untuk memberikan saran mengenai pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan klinik kecantikan Latika Beauty Care dalam mempromosikan produknya adalah melakukan publisitas dengan menempelkan spanduk di pinggir jalan. Walaupun klinik kecantikan Latika

Beauty Care lebih memfokuskan kegiatan komunikasi pemasarannya melalui media sosial, tetapi tidak ada salahnya untuk menarik perhatian khalayak atau calon konsumen melalui media konvensional seperti menempelkan spanduk di pinggir jalan. Karena dengan hal itu tentunya khalayak akan lebih mudah mendapatkan informasi dan mengenal lebih dalam mengenai klinik kecantikan Latika Beauty Care.

