

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada bab ini, penulis membuat kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Bedah Plastik Rhinoplasty pada calon konsumen (Studi kasus PT Mahandaru The Clinic Beautylosophy Menteng) merupakan sebuah Clinic Kecantikan melayani tindakan Bedah plastik dan Aesthetic . pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan The Clinic Beautylosophy Menteng melalui cara atau teknik seperti apa untuk menarik minat calon konsumen.

PT The Clinic Beautylosophy Menteng menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara terpadu (*Integrated Marketing Communication*) digunakan oleh the clinic beautylosophy dalam memperoleh pelanggan maupun calon konsumen untuk meakukan konsultasi mengenai tindakan rhinoplasty, bentuk-bentuk yang dilakukan adalah :

1. Penjualan Perorangan (*personal selling*) berupa keikutsertaan mengutus *Sales person* untuk melakukan pendetaktan secara langsung denagan calon konsumen
2. Periklanan (*Advertising*) The Clinic Beautylosophy melakukan periklanan melalui Instagram, ads, Facebock serta tiktok

3. Promosi penjualan The Clinic Beautylosophy memberikan harga khusus kepada calon konsumen, serta memberika diskon khusus atau promosi di setiap bulan. Pihak The Clinic Beautylosophy menteng menggunakan sales promotion agar lebih memungkinkan terwujudnya pemasaran jasa yang sesuai dengan pemasaran relasional. Keunggulan dari personal selling adalah mampu menciptakan kontak dengan pelanggan. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan dapat menciptakan penjualan silang, yakni penjual dapat menawarkan produk-produk jasa lain kepada pelanggan.

Serta dalam Implementansi Strategi Komunikasi pemasaran , perusahaan the clinic Beautylosophy Menteng meliputi antara lain :

1. Melakukan Perencanaan komunikasi pemasaran dengan menganalisis situasi yang ada kemudian menetapkan tujuan komunikasi pemasaran memiliki tiga bagian utama, yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada calon konsumen, serta mengubah pola sikap calon konsumen dan memberikan kepuasan terhadap calon konsumen ,sedangkan untuk tujuan komunikasi pemasaran The Clinic Beautylosophy Menteng saat ini adalah untuk *Branding* dan penjualan produk atau jasa. Kemudian melakukan pengembangan program komunikasi digital kegiatan pemasaran yang dibanggakan untuk menarik minat calon konsumen untuk tindakan Rhinoplasty
2. Melakukan Strategi dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran dengan menerapkan pelaksanaa komunikasi pemasaran digital dengan menerapkan

pelaksanaan komunikasi pemasaran digital antara lain diterapkan pada Iklan, Promosi, pendekatan secara langsung dengan calon konsumen.

3. Melakukan Evaluasi-Evaluasi komunikasi terhadap segala hal yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh pihak the clinic beautylosophy seperti pendekatan kepada calon konsumen, membranding tindakan bedah plastik rhinoplasty agar calon konsumen tetap minat untuk tindakan bedah rhinoplasty

5.2 Saran

Berdasarkan pada penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini maka peneliti memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya disarankan :

1. Bagi perusahaan harapannya terapan strategi Marketing ini dapat di informasikan lebih luas tentang manfaat dan keamanannya, agar masyarakat yang ingin tindakan operasi rhinoplasty tidak beranggapan tabu dan berbahaya karena dilakukan dengan dokter spesialis bedah plastik
2. Sebagai marketing untuk memasarkan suatu product jasa seperti rhinoplasty memang harus lebih extra meyakinkan calon konsumen