

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari perancangan media promosi PT.Sahabat Medika Sejahtera sebagai upaya mempertahankan *brand loyalty* di atas, kesimpulan yang dapat diambil ialah:

1. Ide gagasan perancangan media promosi ini ialah untuk mempertahankan loyalitas pelanggan PT.Sahabat Medika Sejahtera terutama di daerah Jawa Timur yang selama ini dikenal mempunyai pelanggan tetap.
2. Tema desain yang diangkat dalam perancangan ini adalah “Kepastian” yang memiliki makna bahwa Sahabat Medika Sejahtera memiliki komitmen kuat untuk menjadi perusahaan yang memberikan kepastian dalam pengadaan alat kesehatan serta memberikan rasa percaya terhadap pelanggan yang mempunyai peranan sangat penting dalam *brand* yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk konsep kreatif, strategi komunikasi dan strategi media.
3. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah brosur, iklan majalah, katalog serta *website*.

5.2 Saran

Perancangan media promosi Sahabat Medika Sejahtera ini adalah salah satu upaya untuk menjaga eksistensi serta mempertahankan loyalitas pelanggan terutamadi daerah Jawa Timur. Diharapkan ke depannya perancangan media promosi

inimempunyaiarah yang
lebihluassertamengarahpadakefektifanstrategipemasaran*business to business*.
Denganloyalitasdaripelanggan yang semakintinggi,
harapanakanterciptanyatujuanjangkapanjangdariperusahaanyaitukeuntungan yang
mampumeningkatkankemampuanperusahaansertamenunjukkankepadapelanggansetia
perusahaan, bahwaSahabatMedika Sejahtera mampumemberikan yang terbaik.

