

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang berjudul “Diferensiasi Komunikasi Pemasaran Pada Produk Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) CV. Muji Perkasa”. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa CV. Muji Perkasa telah mengembangkan dua strategi diferensiasi yang efektif dalam komunikasi pemasaran produk Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL). Pertama, CV. Muji Perkasa mempromosikan IPAL kepada konsultan perusahaan, bukan langsung ke konsumen. Strategi ini memungkinkan CV. Muji Perkasa untuk mendapatkan rekomendasi dari konsultan yang dipercaya oleh konsumen, sehingga meningkatkan peluang untuk diterima dan dipercaya oleh pasar.

Kedua, Direktur CV. Muji Perkasa secara langsung melatih timnya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mereka. Dengan demikian, perusahaan mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan konsumen. Melalui pendekatan ini, CV. Muji Perkasa tidak hanya dapat bersaing dengan perusahaan penyedia IPAL lainnya, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang mereka tawarkan. Strategi-strategi ini membuktikan komitmen CV. Muji Perkasa dalam memberikan solusi yang berkualitas dan terpercaya di industri pengolahan air limbah.

5.2 Saran

Ketika menjalankan penelitian, peneliti diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat kepada berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut. Berikut adalah saran dan masukan yang peneliti berikan setelah meninjau permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

1. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya yang menggunakan teori dan objek penelitian yang sama, diharapkan dapat lebih memberikan hasil penelitian yang lebih dalam. Serta dapat mencari sumber yang lebih banyak untuk mendukung data yang akan di olah. Disarankan juga untuk lebih banyak mencari referensi terkait objek yang diteliti, agar lebih memahami terkait objek yang diteliti lebih dalam.

2. Saran untuk pembaca

Dianjurkan untuk lebih memahami lebih dalam apa yang telah disampaikan diatas, semua hal yang berkaitan dengan objek penelitian dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Pemahaman yang komprehensif terhadap setiap elemen ini akan membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.