

BAB IV

KESIMPULAN

1. Strategi pemasaran tepung terigu dengan konsep otak kanan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain *creative positioning*, *endorsement*, dan aktivasi *inferior contrast*.
2. *Creative positioning* dilakukan dengan cara mencantumkan tulisan “Produk Ini Menggunakan Tepung Terigu BOLDUN” di setiap lapak dan kemasan produk yang menggunakan tepung terigu Boldun sebagai komposisi produknya.
3. *Endorsement* dilakukan dengan cara memberikan produk secara gratis kepada pihak yang di-*endorse* (artis atau *chef* terkenal) dengan kuantitas tertentu, kemudian pihak yang di-*endorse* wajib memberikan testimonial dan pengaruh kepada orang di sekitarnya baik secara fisik maupun melalui sosial media.
4. Aktivasi *Inferior Contrast* dilakukan dengan cara menyandingkan tepung terigu Boldun dengan Bogasari untuk menekankan harga murah dari Boldun dengan kualitas untuk mengolah produk yang tidak jauh berbeda dengan produk dari Bogasari.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standarisasi Nasional. 2006. *SNI: Tepung Terigu sebagai Bahan Makanan*. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional.
- Cravens, D. W. 1996. *Strategic Marketing*. Richard. P. Irwin Inc.
- Kertajaya, H. 1999. *Marketing Plus 2000*. PT. Gramedia Utama: Jakarta.
- Kinljar, T.C and Tylor, J.R. 1987. *Marketing Reseach*. Mc. Graw-Hill Inc.
- Nursantiyah. 2009. *Analisis Implementasi Kebijakan*. Jakarta: FISIP Universitas Indonesia.
- Firmansyah, P. 2014. Komunikasi personal penulis dengan *owner PSD*.
- Santosa, I. 2012. *13 Wasiat Terlarang! Dahsyat dengan Otak Kanan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Santosa, I. 2013. *10 Jurus Terlarang*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Santosa, I. 2013. *Marketing is Bullshit*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sultan, W.J. 1981. *Practical baking*. 3rd ed.,revised. The AVI Publishing Company Inc, Westport, Connecticut.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Tria, Bayu. 2011. *Strategi Kreatif dalam Membuat Iklan yang Baik dan Efektif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Twitter. 2014. Pengamatan penulis tentang *endorsement* Evercoss kepada *girlband* Cherrybelle. Available at: www.twitter.com/mi_ChristyChiBi

LAMPIRAN 1

Desain stiker yang ditempel di rombong (ukuran A5)

