

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penulis sebagai *marketing communication* di Lippo Plaza Sidoarjo melakukan kegiatan-kegiatan dalam pembuatan konsep *event* hingga pelaksanaan *event*, pembuatan media promosi mulai dari mendesain flyer, poster, spanduk, *backdrop*, desain baliho, materi dan ppt untuk menyampaikan materi strategi kedepannya untuk *marketing communication* serta turut berpartisipasi dalam pengelolaan aktivitas di dalam mall Lippo Plaza Sidoarjo.

Berdasarkan penjabaran yang telah ditulis tentang implementasi strategi komunikasi pemasaran maka penulis menyimpulkan bahwa *marketing communication* di Lippo Plaza Sidoarjo telah mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran mulai dari penetapan program, penetapan anggaran, dan penetapan prosedur. Tiga cara penerapan implementasi diatas dinilai sukses karena mall Lippo Plaza Sidoarjo menjadi mall dengan *traffic* pengunjung terbanyak se-Sidoarjo.

4.2 Saran

Selama penulis melakukan kerja praktik di Lippo Plaza Sidoarjo sebagai *marketing communication*, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis juga ingin memberikan beberapa masukan dan saran bagi kemajuan perusahaan khususnya bagian divisi *marketing communication* serta kenyamanan lingkungan internal perusahaan. Pada umumnya kegiatan penyelenggaraan *event* memiliki perencanaan dan pengelolaan agar terwujudnya sebuah *event* namun di beberapa

kasus terjadinya permasalahan internal waktu terjadinya sebuah *event* hal ini harus diperhatikan dan menjadi bahan evaluasi untuk Lippo Plaza Sidoarjo khususnya pada divisi *marketing communication*. Sistem kerja yang harus lebih tersusun dan harus lebih jelas dalam memberi suatu pekerjaan agar tidak membuang-buang waktu dan membuat pekerjaan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Andrews, J. Craig, and Terence A. Shimp. 2018. *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. 10th ed. Cengage Learning.
- Firmansyah, Anang M. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pertama. edited by M. Qiara. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management Global Edition*. Vol. 15E.
- Oliver, Sandra. 2007. *Public Relations Strategy*. Vol. 1. Second. Kogan Page Limited.
- Roma, Ridho Bukan. 2009. *Berhala Itu Bernama Budaya Pop*. Pertama. edited by
- Wheelen, Thomas L., and David J. Hunger. 2012. *Strategis Management and Business Policy*. Thirteenth. edited by S. Yagan. New Jersey: Pearson Education.
- Wijaya, Serli, Monika Kristanti, Sienny Thio, and Regina Jokom. 2020. *Manajemen Event: Konsep Dan Aplikasi*. Pertama. edited by R. Mirsawati. RajaGrafindo.

JURNAL

- Benyamin, Arie Putra. 2019. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasarkita Pamulang." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3):1.
- Dewojati, R. Kuncoro Wulan. 2015. "Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan." *Imaji* 7(2):175–82.

- Mardiyanto, Doni, and Giarti Slamet. 2019. "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran)." *Surakarta Management Journal* 1(1):43.
- Mujahadah, I. M., and B. Suryawardani. 2018. "Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018." *E-Proceeding of Applied Science* 4(3):1060–65.
- Putri, Fretika, I. Gusti Ngurah Widyatmaja, Irma Rahyuda, Program Studi, Diploma Iv, Fakultas Pariwisata, and Universitas Udayana. 2019. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pengelola Manajemen Vila Di Bali Coconut Living." *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas* 3(1):226–39.
- Ri'aeni, Ida. 2017. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK KULINER TRADISIONAL." *LUGAS Jurnal Komunikasi* I(02):141–49.
- Safitri, Nurul Aini. 2017. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL." *Kompetensi* 11(2):210–16.
- Shareen, Sylvia, and Nur Rahmah Andayani. 2018. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KARA SANTAN PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING, Tbk." *Journal of Applied Business Administration* 2(1):46–59.

- Suka, Enda Aulia Akbar Ginting, and Suwardi Lubis. 2019. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir Di Kota Medan." *Jurnal Network Media* 2(2):1–27.
- Wiradika, Elga. 2018. "Implementasi Strategi Dari Perspektif Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Keuangan Dan Operasional (Studi Pada BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 6(1):1–12.