

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, LIMITASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Penerapan Strategi Corporate Image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing yaitu dengan membangun hubungan yang baik dengan pihak internal maupun eksternal, Kunci meraih suatu keunggulan adalah kesetiaan pelanggan, perlu dicatat bahwa citra perusahaan adalah faktor paling dominan menciptakan pelanggan Kesetiaan pelanggan berdiskusi dengan keberhasilan strategi citra perusahaan ditemukan jika perusahaan memiliki ketertarikan relatif dalam citranya yaitu perusahaan berbeda secara signifikan dari perusahaan lain dalam industri yang sama. Penerapan strategi corporatae image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing berdasarkan perspektif syariah tidak lepas dari ciri-ciri etika bisnis islam sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW, mewujudkan perdangangan islami dengan berlandaskan Siddiq (kejujuran), Amanah (kepercayaan), Tabliq (Transparansi), dan Fathonah (kreatif dan cerdas).
- 2) Penerapan Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing dengan membangun hubungan yang baik dengan pihak internal maupun eksternal, memberikan inovasi rasa secara berkelanjutan guna mengatasi

rasa kebosanan pada rasa roti yang itu-itu saja, untuk meningkatkan penjualan di pasaran. Pelayanan terbaik guna mendapatkan respon positif dikalangan konsumen merupakan strategi citra perusahaan dibangun di Irvan Bakery, menawarkan produk dengan harga terjangkau untuk konsumen, meningkatkan SDM dan SDA merupakan salah keunggulan untuk dapat bersaing dengan industri yang sama.

## **5.2 Limitasi Penelitian**

Limitasi atau kelemahan pada penelitian terletak pada proses penelitian. Penulis menyadari bahwa dalam suatu penelitian pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Salah satu faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam penelitian ini adalah waktu dan tempat penelitian dan juga penggunaan strategi yang cocok untuk penelitian ini.

## **5.3 Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan, dapat disampaikan beberapa rekomendasi berkaitan dengan Strategi Corporate Image dalam Pemasaran upaya Menciptakan Keunggulan bersaing dipabrik roti Irvan Bakery. Saran ini ditunjuk kepada pihak yang berkepentingan dalam hal penerapan Strategi Corporate Image dan faktor pendukung dan penghambat dan memberikan solusinya sebagai berikut :

### **a) Bagi Irvan Bakery**

Penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat dalam mengembangkan usaha roti ini, khususnya dalam mengevaluasi faktor penghambat dan solusinya yang selama ini dirasakan oleh roti Irvan.peneliti

menyarankan selalu memperhatikan keinginan pelanggan dengan memberikan kepuasan atas produk yang dihasilkan, pelayanan yang ramah tidak pernah berubah sejak roti Irvan Roti ini beroperasi, haruslah dipertahaka sehingga pelanggan merasa senang dan akhirnya tercipta loyalitas pelanggan jika semua dipenuhi citra perusahaan yang baik di masyarakat menjadi strategi untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing.

b) Bagi Peneliti

Berkat penelitian ini peneliti menambah pengetahuan lebih dalam mengenai strategi dan juga diharapkan menjadi sarana penulis untuk mengaplikasikan teori yang berkaitan dengan strategi Citra perusahaan guna pengembangan dalam memajukan UMKM dan khususnya dibidang Industri bakery.

c) Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat menambah referensi yang berkaitan dengan Strategi Corporate Image dalam pemasaran.