

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Pembangunan Brand image dari *website* Keluargakokoh.com, memiliki penerapan langsung yang tertuju pada segmentasi pelanggan *end-user*, karena keluarga termasuk kategori segmentasi *end-user*. Serta peluang dari website banyak dan bisa di kembangkan dari media sosial juga, *website* merupakan media komunikasi pemasaran yang sudah tepat dan memenuhi kriteria bauran komunikasi Pemasaran

2. Proses Pengenalan

Ada 3 proses pengenalan website Keluargakokoh.com, berikut tahapannya:

- Facebook ADS (*Facebook Advertising*).
- Instagram ADS (*Instagram Advertising*).
- Aktivasi Akun Keluargakokoh.com.

Dalam ketiga proses pengenalan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

Facebook ADS (*Facebook Advertisng*), Instagram ADS (*Instagram Advrtising*), Aktivasi Akun Keluargakokoh.com. Sebagai media komunikasi pemasaran yang tepat untuk membangun sebuah Citra Merek. Pemberian berbagai segala akses dalam proses penerapan *website* untuk membangun *Brand Image* sudah berjalan dengan baik, namun kendalanya adalah secara digital masyarakat masih memilih media sosial dari pada membuka *website*, karena konten dari media sosial lebih menarik. Atribut citra merek *website* tersebut termasuk atribut fungsional (Tahan Lama), namun ada beberapa yang kurang dalam pembentukan proses citra merek yaitu kualitas pelayanan karyawan