

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1.Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian serta menganalisa bauran pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, People, Process, dan Physical evidence) yang terdapat di PT.Samco Farma, penulis mengembangkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu:

1. PT. Samco Farma memiliki jenis produk obat-obatan yang sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan harga yang cukup terjangkau. Samco Farma mampu mendistribusikan produknya keseluruh wilayah-wilayah yang mudah dijangkau oleh customer, selain itu juga produk Samco Farma tersedia di beberapa E-Commerce. Dengan melalui promosi di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter. Samco Farma juga mengadakan webinar online, mengadakan kampanye dan event sebagai bentuk promosi untuk membangun brand awareness nya. Samco Farma juga menyediakan bukti fisik berupa berbagai macam merchandise yang menunjukkan keberadaannya. Seluruh tim marketing juga senantiasa bertanggung jawab terhadap proses penjualan.
2. Penerapan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, People, Process, dan Physical evidence) juga berguna untuk Samco Farma dalam membangun Brand Awareness, yang mempengaruhi paling signifikan dari berjalannya event-event, kampanye serta webinar online yang diadakan. Kemudian dari segi promosi melalui sosial media Instagram, Facebook dan Twitter. Hal-hal tersebut yang membuat PT. Samco Farma

semakin dikenal oleh masyarakat, serta mengalami peningkatan pendapatan setiap tahunnya.

## 5.2.Saran

Dalam rangka untuk lebih dalam membangun Brand Awareness melalui strategi bauran pemasaran di masa yang akan mendatang, serta dalam melakukan penelitian, penulis mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini sehingga penulis akan memberikan saran untuk PT. Samco Farma, yaitu:

1. Dalam unsur promosi PT. Samco Farma sebaiknya menjalin kerja sama dengan public figur/selebgram agar PT. Samco Farma namanya lebih dikenal lagi oleh masyarakat.
2. Mengingat penelitian ini membahas mengenai bauran pemasaran dalam upaya membangun brand awareness nya PT. Samco Farma, maka penulis berharap penelitian ini bermanfaat untuk perusahaan supaya dapat memaksimalkan kembali strategi bauran pemasaran ini dengan optimal sehingga dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat.