

## BAB V

### PENUTUPAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang Implementasi Tagline “Hunian Minimalis untuk Milenial” dalam *Positioning* strategi bisnis apartemen Jogja Amazon Green, maka penulis menyimpulkan bahwa implementasi yang dilakukan oleh pihak Jogja Amazon Green sudah tepat pada sasaran. *Tagline* “Hunian Minimalis untuk Milenial” sudah dengan tepat digambarkan dan diterapkan oleh pihak management Jogja Amazon Green kepada penghuninya. Jogja Amazon Green sudah berhasil menciptakan sudut pandang positif antara kalimat *tagline* dan penerapan *tagline* itu sendiri pada realitas yang ada.

*Positioning* Jogja Amazon Green berdasarkan atribut dapat dilihat dari manfaat bagi konsumen, bentuk penerapannya berupa upaya dalam memadukan antara kebutuhan akan privasi dan kebutuhan bersosial para penghuni Jogja Amazon Green itu sendiri. Proses penentuan *tagline* yang digunakan berdasarkan pada karakteristik Jogja Amazon Green dan perkembangan sosial yang terjadi di masyarakat saat ini. *Tagline* ini mulai diberlakukan sedari bulan Agustus 2016 sampai saat ini. Jogja Amazon Green melakukan perkembangan dan inovasi ke arah bentuk pelayanan dan tata kelola guna meningkatkan kenyamanan kepada penghuni apartemen.

*Positioning* Jogja Amazon Green dalam mengimplementasikan *tagline* perusahaan yaitu “Hunian Minimalis untuk Milenial” maka *positioning* terlihat dari beberapa sudut pandang yaitu penyampaian tema yang dibahas merupakan tema yang bermanfaat bagi calon pembeli. Baik itu dari kalangan muda seperti mahasiswa, pekerja kantoran maupun

keluarga baru, ide dari “ Hunian Minimalis untuk Milenial akan tetap dijadikan penawaran sebagai konsep utama. Termasuk juga jika calon pembeli berasal dari kalangan pensiunan yang ingin berinvestasi. Konsep nya adalah mengedepankan dinamisme atau perkembangan yang terjadi pada kondisi sosial saat ini dengan peningkatan kualitas sehingga proses investasi pun dapat berkelanjutan dengan harapan lebih dari kurun waktu 20 tahun.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dapat ditarik ditarik kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi perusahaan yang mungkin bisa jadi pertimbangan.

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Jogja Amazon Green**

Penerapan Promosi yang dilakukan sudah daalam kategori yang cukup baik dalam melakukan *positioning*, namun hal yang perlu diperhatikan adalah tetap mempertahankan dan terus meningkatkan lagi strategi pemasaran yang dilakukan agar dimasa depan Jogja Amazon Green dapat mampu bersaing dengan konten promosi yang diterapkan oleh pesaing lain nya, dan lebih sering menggunakan iklan yang tujuan nya untuk membantu proses promosi dan pengenalan produk ketimbang merekrut berbagai tenaga pekerja yang dimana akan membutuhkan biaya untuk gaji. Hal ini tentunya dapat meningkatkan efektifitas kegiatan promosi dan pengenalan produk. Sehingga financial perusahaan tidak memiliki beban yang cukup besar dalam hal gaji karyawan, terutama di divisi marketing.

## 2. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Saran untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti mendalam mengenai positioning dalam mengimplementasikan *tagline* perusahaan. Peneliti selanjutnya juga disarankan agar menetapkan kriteria narasumber yang lebih detail sehingga lebih fokus dan mampu mewakili karakteristik yang diinginkan secara tepat.