

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dengan adanya konsep perencanaan kreatif ini, perusahaan wingko kelapa muda “Susilowati” yang beralamat di Sidomulyo, Pengasih , Kulon Progo - Yogyakarta ini diharapkan dapat menaikkan dan mengingatkan keberadaannya dimata konsumen, serta dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat sebagai makanan khas yang diproduksi dari daerah Kulon Progo untuk menunjang program Pariwisata. Dengan demikian Perusahaan wingko kelapa muda “Susilowati” dapat berkembang lebih cepat seperti apa yang diharapkan .

B. SARAN

Konsep perencanaan kreatif ini disusun berdasar data yang ada, maka konsep ini dapat dipergunakan sebagai materi promosi perusahaan wingko kelapa muda “ Susilowati” . Untuk dapat mencapai perkembangan dan kemajuan perusahaan seperti apa yang diharapkan, maka perencanaan ini diharapkan dapat terwujud secara maksimal dengan tidak meninggalkan kwalitas produk yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Info Manajer - AMA. Yogyakarta No - 003/ Agustus, 1994.

Kasali. Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Grafiti, 1995

Kotler. Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 1989.

Moekijat. *Teori Komunikasi*. Bandung : Mandar Maju, 1993

Surakhmad. Winarno. *Paper Skripsi Thesis Disertasi*. Bandung : Tarsito, 1988

Tjiptono. Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 1995

