



Perusahaan menempatkan produk majalah AULA dalam ingatan konsumen atau pelanggan sebagai majalah Muslim yang isi didalamnya tidak menyimpang dari nilai-nilai ASWAJA.

## **B. Saran dan Rekomendasi**

Dari hasil penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran dan masukan kepada pelaku bisnis media cetak, khususnya selaku perusahaan majalah tersebut antara lain :

1. Sebagai maskot majalah Muslim NU, agar memperluas segmen pelanggan sampai pada daerah-daerah pelosok. Majalah bisa dikenal oleh semua masyarakat terutama didaerah plosok desa.
2. Agar majalah AULA memberikan penyajian dalam hal isi lebih berkualitas dan menarik.
3. Bagi penelitian dimassa mendatang, dalam hal ini, perlu ada kelanjutan penelitian, terutama terkait dengan strategi segmentasi, targeting, positioning. Dengan objek yang lebih kompleks dalam penerapan strategi STP untuk pemasaran produknya.

## **C. Keterbatasan Peneliti**

Disini saya sebagai peneliti masih sangat kurang bahkan jauh dari kesempurnaan. Penelitian ini telah dilakukan semaksimal mungkin, namun peneliti juga menyadari bahwa pasti ada saja kekurangan dalam proses awal penelitian sampai tahap akhir penelitian. Dalam setiap proses pengambilan data tidak selancar yang diberikan karena ada data yang menjadi rahasia dari

perusahaan atau organisasi maupun lembaga yang tidak bisa untuk digambarkan sedetail mungkin, sehingga kurang sempurnanya dalam menggambarkan data – data yang telah diperoleh.

