

BAB V

Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya yang kemudian dilanjutkan dengan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dikemukakan penulis sesuai dengan data yang penulis peroleh dari PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil olah data media periklanan diperoleh tersebut bahwa kegiatan periklanan sudah baik seperti media reklame, surat kabar, *showroom event*, dan brosur, hanya saja ada media yang belum mendapat perhatian konsumen, hal ini harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner untuk sebagian besar konsumen yang membeli mobil truk merek Dyna ini memberi jawaban setuju dari masing-masing pertanyaan yang diajukan penulis.
2. Dari hasil olah data diperoleh:
Terlihat bahwa untuk periklanan efektif paling besar dalam memberikan peningkatan persentase dalam penjualan adalah media *showroom event* dan untuk persentase efektif iklan yang terendah yaitu media reklame.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi perusahaan, pihak lain dan penulis:

1. Bagi PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju mempertahankan media-media periklanan yang sudah berkontribusi terhadap penjualan paling besar, serta meningkatkan media-media periklanan yang kurang dalam meningkatkan penjualan.
2. Untuk media yang berupa media elektronik harus ditingkatkan kembali, karena media elektronik mempunyai tingkat pengaruh dalam penjualan untuk mempengaruhi konsumen membeli, mengenal, produk yang ditawarkan yaitu mobil truk merek Dyna, misalnya pada radio agar menarik konsumen tidak hanya penyiar radio saja sebaiknya dibuat khusus sebuah iklan mengenai mobil truk Dyna dengan suara yang lebih atraktif agar pendengarpun seolah-olah mendengarkan dan memperhatikan informasi yang kita buat, serta interaktif antara sales dengan penyiar dengan membuka telepon atraktif bagi calon konsumen yang berminat. Untuk media cetak, informasi yang diberikan agar menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dijual harus lebih kreatif tidak hanya monoton saja, namun lebih baik memberikan informasi yang lebih menarik seperti tampilan yang diubah, serta program-program yang ditawarkan.