

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Periklanan melalui media elektronik kurang efektif, karena menurut PT Meta Dwiguna Transcorp media elektronik tidak memberikan informasi mengenai produk mereka karena durasi waktu yang terbatas dan juga menghabiskan banyak biaya.
2. Promosi penjualan yang dilakukan PT Meta Dwiguna Transcorp yaitu pemberian aksesoris vespa secara langsung sudah efektif. Mengingat harga aksesoris vespa *piaggio* cukup tinggi dan pemesanan bisa memakan waktu yang lama.
3. PT Meta Dwiguna Transcorp menggunakan tenaga *sales* yang sudah dibekali tentang pengetahuan pemasaran dan pengetahuan produk. *Sales* melakukan komunikasi langsung (tatap muka) dengan calon pembeli. Cara ini sangat efektif, karena promosi dilakukan dengan cara komunikasi langsung (tatap muka) dengan calon pembeli.
4. Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh PT Meta Dwiguna Transcorp adalah menjalin kerjasama dengan perusahaan Pertamina dan tempat perbelanjaan seperti *Carrefour* dan *Giant* yang memungkinkan adanya konsumen potensial.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Memperbanyak pemasangan spanduk-spanduk dan baliho di tempat yang strategis.
2. Untuk promosi penjualan, PT Meta Dwiguna Transcorp bisa menambahkan hadiah-hadiah yang lebih menarik seperti kupon *doorprice*.
3. Strategi *personal selling* harus dipertahankan, karena dengan adanya pelatihan dan pengarahan terhadap sales maka sales tersebut akan bagaimana cara menjelaskan atau menyampaikan informasi tentang produk dengan baik dan benar.
4. Lebih aktif menjadi *sponsorship* di berbagai *event-event*, agar produk Piaggio semakin menciptakan kebanggaan dan menciptakan hubungan baik dengan konsumen.