

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT NGK Busi Indonesia menggunakan beberapa alat promosi, alat promosi tersebut adalah:
  - a. Brosur, perusahaan menyebarkan brosur pada saat melakukan *survey market*, yaitu berupa kunjungan ke toko-toko yang menjual busi NGK dan secara *on the spot*, yaitu memberikan kepada orang-orang dari perusahaan yang mengunjungi PT NGK Busi Indonesia.
  - b. *Website*, perusahaan menggunakan *website* terutama untuk mempromosikan produk unggulan perusahaan, yaitu jenis Iridium dan jenis G-Power.
  - c. Iklan transportasi, yaitu berupa iklan reklame di bus, iklan tersebut hanya mengenalkan produk busi unggulan, yaitu jenis Iridium dan G-Power.
2. Penilaian responden terhadap alat promosi yang digunakan oleh PT NGK Busi Indonesia adalah:

- a. Sebagian besar responden, yaitu berjumlah 22 orang dari 30 orang mengetahui alat promosi perusahaan yang menggunakan brosur dan iklan reklame di bus.
- b. Sebagian besar responden, menilai brosur mudah dipahami, yaitu berjumlah 16 orang. Menilai brosur menarik, yaitu berjumlah 18 orang. Dan menilai sehingga brosur mendorong untuk membeli, yaitu berjumlah 12 orang.
- c. Sebagian besar responden, menilai sering melihat iklan reklame di bus, yaitu berjumlah 11 orang, menilai iklannya mudah dikenali, yaitu berjumlah 20 orang. Dan menilai sehingga iklan tersebut mendorong untuk membeli, yaitu berjumlah 15 orang.
- d. Kurang dari setengah jumlah responden yang mengetahui alat promosi perusahaan yang menggunakan *website*, yaitu sebanyak 12 orang dari 30 orang.
- e. Responden yang menilai desain *website* menarik, yaitu berjumlah 8 orang. Dan menilai sehingga *website* mendorong untuk membeli, yaitu berjumlah 8 orang.

## B. Saran

PT NGK Busi Indonesia sebaiknya membuat brosur yang tidak hanya memuat informasi mengenai tipe busi apa untuk merek kendaraan bermotor, tetapi juga memuat informasi lebih lanjut yang lebih besar dan mencolok. Kemudian menggunakan kalimat yang menarik dan lebih persuasif agar konsumen menggunakan busi NGK.

PT NGK Busi Indonesia sebaiknya memasukkan nama-nama toko yang menjual busi jenis Iridum dan G-Power dalam *website*-nya, sehingga konsumen langsung mengetahui lokasi toko yang menjual jenis busi unggulan tersebut. Kemudian pada tampilan *website* sebaiknya ditambahkan gambar-gambar motor ataupun mobil balap yang menggunakan busi NGK, karena gambar-gambar tersebut semakin membuat tampilan *website* menarik. Dan yang terakhir sebaiknya memuat informasi produk dan *company profile* secara lebih jelas dan lengkap.

PT NGK Busi Indonesia sebaiknya menambah jumlah armada bus yang rutenya lebih strategis, rute bus yang dipakai untuk menggunakan iklan reklame sebaiknya yang melewati jalan-jalan protokol pusat perkotaan, seperti Jl. Gatot Subroto atau Jl. Sudirman di Jakarta. Kemudian sebaiknya memperbesar gambar produk busi yang dipromosikan dan logo perusahaan yang terdapat di kedua sisi bus sampai ke kaca bus, akan tetapi gambar tersebut

tidak sampai mengganggu penumpang yang naik untuk melihat keluar melalui jendela.