

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka sebagai penutup laporan ini penulis mencoba memberikan kesimpulan yang disertai dengan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan yang bersangkutan. Penulis dapat menyimpulkan bahwa bauran promosi yang digunakan PT. Intercom Mobilindo Padang adalah sebagai berikut :

1. PT. Intercom merupakan salah satu dealer resmi yang diberi hak oleh ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) Toyota untuk memasarkan mobil Toyota.
2. Struktur organisasi PT. Intercom adalah struktur organisasi garis dan staf. Dimana wewenang berada dan berasal dari pucuk pimpinan pada manajer, kemudian melanjutkannya dalam bentuk kebijaksanaan kerja untuk dikerjakan oleh karyawan masing-masing bagian.
3. PT. Intercom menggunakan empat bauran promosi untuk mempromosikan produknya yaitu, iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi.
4. Kegiatan promosi PT. Intercom berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan memberikan informasi kepada konsumen atau pelanggan untuk menarik minat mereka agar melakukan pembelian.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Agar PT. Intercom dapat membuat iklan koran yang lebih menarik tidak hanya menampilkan harga dan tipe mobil tetapi juga menampilkan promosi penjualan yang ditawarkan oleh PT. Intercom untuk menarik perhatian pembaca.
2. Memberikan penghargaan dalam bentuk bonus kepada tenaga penjual PT. Intercom yang bisa menjual mobil dalam jumlah banyak untuk meningkatkan kinerjanya dan lebih gencar mempromosikan produk Toyota.
3. Penghargaan yang telah diberikan PT. Intercom kepada tenaga penjualnya yaitu piagam, bonus, atau hadiah langsung. Sebaiknya tenaga penjual yang dapat melebihi target penjualan yaitu diberikan tour perjalanan.

