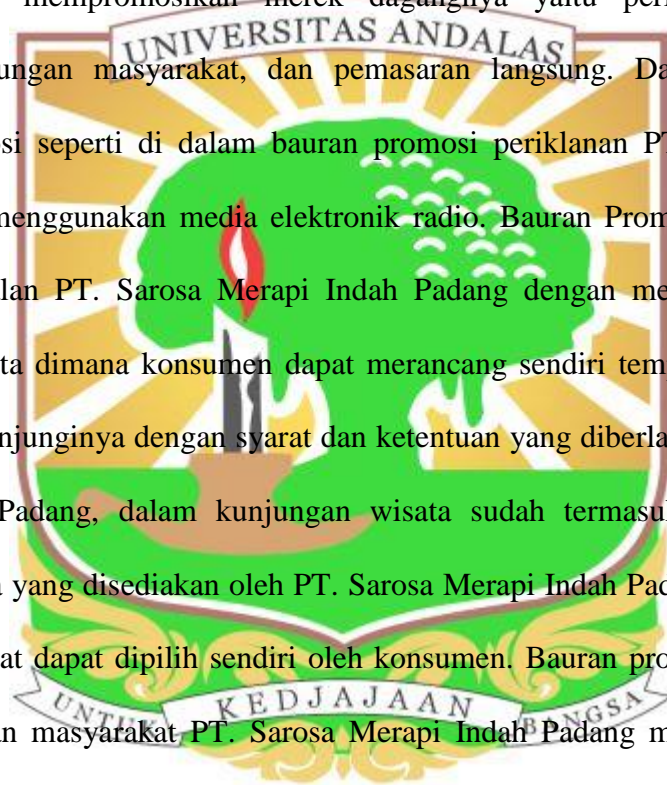


BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

PT. Sarosa Merapi Indah Padang menggunakan empat dari lima bauran promosi untuk mempromosikan merek dagangnya yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi seperti di dalam bauran promosi periklanan PT. Sarosa Merapi Indah Padang menggunakan media elektronik radio. Bauran Promosi kedua adalah promosi penjualan PT. Sarosa Merapi Indah Padang dengan menawarkan diskon kunjungan wisata dimana konsumen dapat merancang sendiri tempat-tempat wisata yang ingin dikunjunginya dengan syarat dan ketentuan yang diberlakukan PT. Sarosa Merapi Indah Padang, dalam kunjungan wisata sudah termasuk kendaraan dan pemandu wisata yang disediakan oleh PT. Sarosa Merapi Indah Padang dimana hotel dan tiket pesawat dapat dipilih sendiri oleh konsumen. Bauran promosi yang ketiga adalah hubungan masyarakat PT. Sarosa Merapi Indah Padang menjadi salah satu sponsor dalam acara Padang Fair yang diadakan pada bulan Mei 2015. Bauran promosi yang terakhir adalah pemasaran langsung PT. Sarosa Merapi Indah Padang menggunakan media social seperti BBM dan Whatsupp untuk melakukan kegiatan promosi.



Dengan adanya bauran promosi dapat mengefektifkan pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Sarosa Merapi Indah Padang.

5.2. Saran

Dari pembahasan kesimpulan yang penulis jelaskan di atas, adapun saran yang penulis berikan yaitu:

PT. Sarosa Merapi Indah Padang sebaiknya lebih giat dalam melakukan promosi, karena sudah banyaknya pesaing-pesaing biro penerbangan yang lebih unggul. Kegiatan promosi yang sebaiknya dilakukan seperti promosi lewat iklan cetak dan memperpanjang iklan elektronik radio.

