

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PT. Agung Automall Jambi berupa periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis dalam kegiatan magang pada PT. Agung Automall Jambi, kegiatan promosi yang paling intensif dan efektif yaitu *personal selling*. Hal tersebut dikarenakan kegiatan *personal selling* mempresentasikan langsung produk yang ditawarkan oleh Agung Automall Jambi, sehingga lebih mendapatkan perhatian masyarakat. Selain itu, kualitas kendaraan merk Toyota yang baik dan telah teruji, serta *brand image* perusahaan yang telah melekat dengan baik di benak masyarakat.
2. Masyarakat baru mengetahui adanya program promosi berupa promosi penjualan pada saat mereka telah melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan Toyota belum maksimal khususnya saat melaksanakan event di pusat perbelanjaan.

4.2 SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan kesimpulan diatas, maka disarankan kepada perusahaan untuk:

1. Bagi pihak PT. Agung Toyota Jambi jika ingin membuat *event* khususnya di pusat perbelanjaan, disarankan membuatnya semenarik mungkin seperti mengundang artis lokal maupun nasional agar *event* yang diadakan lebih menghibur dan menarik perhatian konsumen.
2. Meningkatkan kualitas salesman dengan cara memberikan pembelajaran atau training, hal ini bertujuan agar informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat disampaikan dengan baik oleh para tenaga pemasar dilapangan.