

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil Penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana mengacu pada Teori Kotler dan Keller (1997:78) yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

Namun, dalam strategi komunikasi pemasaran di PT. Sistem Aksesindo Perdana, penulis menemukan ada salah satu dari 5 teori tersebut yang tidak digunakan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana yaitu Periklanan, karena dari 4 teori yang digunakan oleh PT. Sistem Aksesindo Perdana ini pelanggan juga sudah merasa cukup puas karena selain produk yang dikenalkan berkualitas juga harus memperdulikan yang namanya strategi komunikasi pemasaran dalam promosi servis kepada pelanggan. Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi yang dapat menarik perhatian konsumen.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis menyampaikan saran-sarannya sebagai berikut :

1. PT. Sistem Aksesindo Perdana harus mencoba memulai promosi dengan periklanan lewat media massa, cetak, elektronik maupun online, karena media merupakan sebuah jaringan yang akan menghubungkan perusahaan dengan seluruh dunia, bukan hanya Indonesia. Maka dari itu berpromosi atau beriklan dengan media online akan sangat efektif untuk bisa menarik pasar yang lebih luas dari yang sebelumnya di lakukan pada pemasaran offline dengan metode konvensional.