BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut :

1. Periklanan yang dilakukan oleh PT.Kaylla Putra Pratama Garut menurut hasil olah kuesioner dapat disimpulkan tangggapan responden terhadap periklanan perusahaan baik, Namun periklanan yang dilakukan tergolong sebentar karena periklanan yang dilakukan perusahaan tidak berlanjut hanya pada awal pembangunan saja sehingga menemukan konsumen baru cenderung lambat.
2. Begitu pula dengan promosi penjualan yang menurut para responden dari hasil olah koesioner bahwa promosi penjualan yang dilakukan PT.Kaylla Putra Pratama baik. Namun even yang dilakukan dalam promosi penjualan cenderung itu-itu saja tidak ada even baru yang dapat menarik perhatian konsumen.
3. Citra Perusahaan PT.Kaylla Putra Pratama menurut para responden dari hasil olah koesioner bahwa citra perusahaan PT.Kaylla Putra Pratama baik. Namun yang memberikan citra baik hanya masyarakat sekitar saja tidak ada citra jadi cenderung masyarakat diluar wilayah garut tidak mengenal perusahaan tersebut.

4. Periklanan yang dilakukan PT.Kaylla Putra Pratama mempengaruhi Citra perusahaan secara parsial dan signifikan, begitu pula dengan Promosi Penjualan mempengaruhi Citra Perusahaan secara parsial dan signifikan. Tidak hanya mempengaruhi secara parsial, Promosi (Periklanan & Promosi Penjualan) yang dilakukan PT.Kaylla Putra Pratama mempengarhui Citra Perusahaan secara simultan dan signifikan sangat mempengaruhi.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap citra perusahaan PT.Kaylla Putra Pratama. Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Seharusnya periklanan yang dilakukan harus berkelanjutan agar mampu menarik konsumen baru dan membentuk citra yang baik terhadap konsumen-konsumen baru tersebut.
2. Perusahaan harus melakukan inovasi terhadap even-even promosi penjualan agar konsumen tidak merasa bosan dengan even yang sudah lama ada, dengan adanya even baru tidak hanya menarik perhatian konsumen baru namun dapat memberikan kesan yang baik pula bagi perusahaan.
3. Perusahaan seharusnya melakukan promosi dengan jangkauan yang lebih luas lagi agar tidak hanya menarik konsumen dalam wilayah Garut, namun juga

dapat menarik perhatian konsumen luar wilayah Garut contohnya dengan menggunakan iklan melalui internet.