BAB IV
KESIMPULAN & SARAN

4.1 Kesimpulan

Pada akhir ini penulis menyajikan kesimpulan dari hasil pengamatan pada CV. Zona Dwiprantara mengenai implementasi strategi bauran promosi produk kacamata CV. Zona Dwiprantara. Selain itu penulis ingin mengemukakan saran yang sekiranya dapat dimanfaatkan penulis oleh CV. Zona Dwiprantara sebagai bahan pertimbangan pengelolaan. Kesimpulan Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Media iklan yang digunakan CV. Zona Dwiprantara adalah instagram dan website. Dipilih sebagai pelaksaan strategi promosi periklanan.
2. Promosi Penjulan yang dilakukan CV. Zona Dwiprantara dengan cara menjual produk kacamata dengan harga murah saat mengikuti pameran atau bazar dan juga memberikan potongan harga dalam pembelian yang berjumlah besar.
3. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*) yang dilakukan CV. Zona Dwiprantara dengan cara mencari pelanggan baru di mall, saat pameran, bazar dll
4. Kegiatan Publisitas yang dilakukan CV. Zona Dwiprantara dengan cara menjadi sponsor dalam acara ulang tahun Bluebird taksi.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pemilihan jam tayang iklan yang dilakukan melalui media instagram sebaiknya dilakukan dengan tepat yaitu pada malam hari. Kemudian untuk iklan yang menggunakan media surat kabar sebaiknya dilakukan dengan lebih rutin agar bisa menarik perhatian konsumen. Selain itu periklanan sebaiknya dilakukan dengan tidak hanya melalui media instagram dan website.