BAB IV
KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

PT Surya Pratista Hutama menerapkan bauran promosi pada produk Mie Burung Dara melalui Advertising, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan perorangan, dan penjualan langsung. Pada setiap point tersebut memiliki indikator-indikator yang penting untuk menunjang pemasaran produk Mie burung Dara pada segmen-segmen pasar yang dituju melalui sistem *Take order* dan kanvasing.

4.2 Saran

PT Surya Pratista Hutama mencoba mamaksimalkan peran website dalam menunjang kegiatan pemasaran produk Mie Burung dara. Karena dalam proses pengamatan penulis website PT Surya Pratista hutama tidak melakukan pembaruan informasi pada produk-produk yang di tampilkan pada halaman website perusahaan.

PT Surya Pratista Hutama kembali melakukan pemberian *merchandise* kepada konsumen yang berguna untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan menambah hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen karena menurut pengamatan penulis banyak konsumen dari pedagang besar atau pedagang kecil yang menanyakan *merchendise* dari PT Surya Pratista Hutama, hal tersebut dikarenakan mereka merasa telah menjadi konsumen loyal pada produk Mie Burung Dara.

PT. Surya Pratista hutama lebih memaksimalkan website untuk bagian humas yang berguna untuk mengabadikan kegiatan sosial atau kegiatan non profit yang diikuti oleh PT.Surya Pratista Hutama.