BAB 5
KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah di kemukakan pada bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- PT. Kodak Express menggunakan iklan sebagai salah satu alat promosinya, tetapi iklan yang di tayangkan dan di tampilkan pada berbagai media baik elektronik maupun cetak jarang ditemukan oleh masyarakat umum sehingga masyarakat kurang mengenal Kodak dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.
- Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Kodak Express, ternyata iklan yang dibuat tidak efektif sehingga tidak mempengaruhi keputusan konsumen. Apabila konsumen melakukan pembelian atas produk Kodak, semata-mata konsumen mengetahuinya tidak melalui iklan.

5.2 Saran

- PT. Kodak EXpress di samping menggunakan media elektronik dan media cetak, sebaiknya menggunakan lebih banyak lagi media-media penyampaian iklan seperti radio, dengan frekuensi yang sering dan spesifikasi tertentu seperti kualitas dan harga, sehingga mudah dikenal oleh masyarakat.
- PT. Kodak Express agar lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan iklan di mana menggunakan tata bahasa yang lebih menarik, desain iklan yang unik dan tokoh tertentu yang di kenal dan di senangi orang sehingga menarik perhatian.

- Perusahaan juga sebaiknya melakukan evaluasi terhadap iklan Kodak melalui undian berhadiah sehingga menarik konsumen untuk berpartisipasi. Dengan demikian perusahaan dapat mengetahui apakah produknya banyak dikonsumsi atau tidak oleh masyarakat umum.