

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. PT Yakult Indonesia Persada menggunakan bauran promosi sebagai strategi promosi untuk memasarkan produknya.
2. Bauran promosi yang dilakukan oleh PT Yakult Indonesia Persada yaitu *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing*.
3. Dari kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh PT Yakult Indonesia Persada penjualan mengalami kenaikan selama tiga bulan terakhir.

B. Saran

1. Saran untuk PT Yakult Indonesia Persada Cabang Surabaya II
 - a. Untuk dapat menambahkan *variant* rasa seperti rasa stroberi, anggur, jeruk, leci, sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli supaya pelanggan tidak merasa bosan atas rasa yakult yang hanya satu *variant* rasa.
 - b. Untuk dapat memanfaatkan area rame dan strategis guna pemasangan iklan.

- c. Untuk dapat memasang spanduk yakult yang dapat dipasang di warung-warung rame seperti warung kopi, toko-toko yang menjual aneka snack, serta tempat makan yang sering didatangi oleh pelanggan sehingga yakult lebih sering diingat.