

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang peneliti lakukan berupa data-data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis maka dapat disimpulkan bahwa strategi *marketing public relations* dalam meningkatkan promosi penjualan di PT. Agung Automall Pekanbaru melalui 1) Publikasi dan Media Promosi melalui media sosial (*Facebook* dan *Instagram*), 2) *Special event* melalui kegiatan *Showroom Event*, Bazar Toyota, Pameran, *Event* Produk Toyota (*Avanzanations*, *Fortunertions*), 3) *Corporate Social Responsibility* melalui kegiatan Peduli Lingkungan dan Peduli Anak Yatim dan 4) Pensponsoran melalui kegiatan Riau Expo dan Memperingati Hari Kemerdekaan. Dengan melakukan empat strategi ini PT. Agung Automall mengalami peningkatan penjualan yang dibuktikan dengan adanya data penjualan dari tahun 2012-2016.

Secara keseluruhan disimpulkan bahwa strategi *Marketing Public Relations* PT. Agung Automall dalam meningkatkan promosi penjualan menggunakan media dan relasi dengan masyarakat.

B. Saran

Sebagai langkah terakhir dari proses penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran ataupun masukan yang berkaitan dengan masalah yang peneliti angkat, hal ini tentunya sesuai dengan kemampuan peneliti, maka ada beberapa hal yang ingin peneliti sarankan diantaranya :

1. Hendaknya PT. Agung Automall lebih gencar dalam melaksanakan strategi *marketing public relations*, lebih kreatif dan inovatif.
2. Hendaknya PT. Agung Automall menambah kegiatan *Corporate social responsibility* baik dalam bentuk sumber daya manusia (SDM), infrastruktur dan kegiatan sosial lainnya.