

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Perencanaan strategi rokok Clas Mild yaitu dengan memastikan Sales Motoris untuk memiliki pengetahuan tentang perusahaan, pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang kemasan produk, perencanaan pemasaran, dan target pemasaran. Inilah bentuk dari strategi untuk merencanakan komunikasi pemasaran yang merupakan suatu bentuk dari *promotion, product, place, dan price* agar bisnis penjualan menjadi lebih efektif pada Strategi *Personal Selling* Rokok Clas Mild.
  
2. Pengimplementasian strategi rokok Clas Mild yaitu dengan memastikan Sales Motoris mengetahui taktis pemasaran, cara berhubungan dengan pelanggan, penyampaian promosi, penggunaan alat bantu, dan penyelesaian keluhan pelanggan. Bentuk strategi untuk merencanakan komunikasi pemasaran yang merupakan suatu bentuk dari *promotion, product, place, dan price* agar bisnis penjualan menjadi lebih efektif pada Strategi *Personal Selling* Rokok Clas Mild.

3. Pengendalian strategi rokok Clas Mild yaitu dengan memastikan Sales Motoris melakukan *follow up* pelanggan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, hasil penjualan, *Reward* program, dan evaluasi target. Bentuk strategi untuk merencanakan komunikasi pemasaran yang merupakan suatu bentuk dari *promotion*, *product*, *place*, dan *price* agar bisnis penjualan menjadi lebih efektif pada Strategi *Personal Selling* Rokok Clas Mild.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Niaga Nusa Abadi di Bandung dalam meningkatkan pemasaran Rokok Clas Mild menggunakan konsep perencanaan, pengendalian, dan pengimplementasian. Serta dapat menerapkan ilmu bagi generasi peneliti selanjutnya dalam strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode ataupun teori terkait.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Hasil penelitian ini memberikan saran praktis dalam menerapkan hasil ilmu komunikasi untuk memerlukan evaluasi dari setiap perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian antara perusahaan, karyawan, dan konsumen.
2. Bagi perusahaan, menerapkan bahan untuk pengendalian setiap bentuk produk yang dimiliki. Khususnya produk Clas Mild.
3. Menambahkan dan melengkapi pengetahuan pada komunikasi pemasaran untuk dapat memperkenalkan tentang kelebihan Rokok Clas Mild pada

konsumen.