

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka strategi *Marketing Public Relations* PT Premium Parfum Indonesia melalui partisipasinya dalam acara ICI Plus dan APRINDO Fair yang diadakan pada 3 s.d 5 April 2018 mendapat manfaat yang menguntungkan perusahaan. Manfaat itu dilihat dari antusias para pengunjung dalam acara tersebut. Melalui acara tersebut PT Premium Parfum Indonesia mendapatkan pelanggan baru dan mendapatkan omset yang cukup dari penjualan botol parfum sekitar 120 botol.

4.2. Saran

Saran di berikan untuk pengembangan *Marketing Public Relations* PT Premium Parfum Indonesia adalah :

1. Diharapkan PT Premium Parfum Indonesia dapat lebih inovatif lagi dalam mengemas program *Public Relations* di masa depan. Contoh dapat berpartisipasi dalam program CSR yang ditujukan pada pengembangan pembangunan Indonesia.
2. Diharapkan PT Premium Parfum Indonesia dapat memiliki tenaga kehumasan atau departemen Humasnya sendiri secara khusus agar kegiatan pembangunan citra perusahaan dapat terfokus pada satu lini.