

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan program bauran pemasaran yang mencakup produk sepeda motor yang menarik, baik dari segi bentuk dan model, warna, serta kualitas yang baik, dan pilihan-pilihan yang ada sesuai dengan kebutuhan konsumen, kemudian penetapan harga yang bersaing dengan produk sepeda motor lainnya yang sejenis, pemberian potongan harga, dan pelaksanaan sistem distribusi yang merata, pelaksanaan periklanan secara rutin, mengadakan event-event untuk pengenalan produk serta penyebaran brosur mengenai produk sepeda motor yang ditawarkan oleh PT Daya Adira Mustika. Ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Berdasarkan analisis profil responden PT Daya Adira Mustika, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden yang membeli sepeda motor di PT Daya Adira Mustika adalah laki-laki sebanyak 67% yang berusia diatas 30 tahun sebanyak 47% sebagian besar bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 34%, pada umumnya yang menempuh pendidikan terakhir SLTA sebanyak 39%, yang

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

memiliki pendapatan sebulan sebesar Rp1.000.000 – Rp1.500.000 sebanyak 44%, dan sebagian besar bertempat tinggal di Bandung Selatan sebanyak 46%.

3. Tanggapan atau persepsi atas pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT Daya Adira Mustika cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari analisis persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT Daya Adira Mustika mengenai faktor-faktor yang dinilai penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian, diantaranya dilihat dari bentuk atau model sepeda motor Honda konsumen menilai 71.4%, kualitas produk sebanyak 61.4%, suku cadang produk yang terjamin orisinalitasnya sebanyak 42.9%, ketersediaan tipe sepeda motor terbaru sebanyak 35.7%, penetapan harga wajar sebanyak 47.1%, potongan harga pembelian sebanyak 57.1%, hadiah maupun bonus pembelian sebanyak 44.3%, kemudahan syarat pembayaran tunai sebanyak 41.4%, kemudahan syarat pembayaran kredit sebanyak 47.1%, kesesuaian harga dengan price list sebanyak 60%, pengetahuan dan penjelasan salesman tentang produk sebanyak 51.4%, pembagian brosur di dalam maupun di luar dealer sebanyak 35.7%, penampilan iklan sebanyak 40%, dan kemudahan menemukan dealer bagi konsumen adalah hal yang penting sebanyak 38.6%.

Bagi konsumen faktor yang dinilai cukup penting untuk menarik minat beli pada saat melakukan pembelian di dealer adalah warna produk sepeda motor sebanyak 45.7%, mengetahui kelemahan dan kelebihan produk sebelum membeli sebanyak 32.9%, dan penataan sepeda motor di dealer merupakan hal yang cukup penting bagi konsumen sebanyak 51.4%.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagi konsumen kemudahan menemukan lokasi dealer sebanyak 50%, kebersihan dan kerapihan dealer sebanyak 35.7%, dan kecepata salesman PT Daya Adira Mustika sebanyak 57.1% adalah hal yang sangat penting bagi konsumen.

4. Berdasarkan analisis keputusan pembelian konsumen terhadap bauran pemasaran PT Daya Adira Mustika, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Bagi konsumen, yang memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda adalah berdasarkan kualitas produk sebanyak 74.3%. Sebagian besar konsumen mengetahui produk Honda dari brosur sebanyak 40%, dan 50% konsumen menilai iklan yang ditampilkan oleh produk Honda menarik. Penjelasan mengenai produk dinilai baik oleh konsumen sebanyak 51.4% , penampilan petugas sales counter dinilai baik oleh konsumen sebanyak 65.7%, dan kecepatan petugas sales counter dalam melayani konsumen di PT Daya Adira sebanyak 60% dinilai sudah baik bagi konsumen. Sebanyak 48.6% konsumen menyatakan bahwa harga produk Honda sudah cukup sesuai dengan kualitasnya yang sudah terjamin, 41.4% konsumen juga menilai bentuk atau model motor Honda sudah menarik, 50% konsumen menilai potongan harga yang diberikan di PT Daya Adira Mustika sudah cukup menarik minat beli konsumen. 40% konsumen membeli sepeda motor Honda adalah untuk urusan pekerjaan sehingga pekerjaan pun dapat lebih cepat, untuk menghemat biaya dan waktu. 41.4% konsumen pada saat membeli sepeda motor Honda orang yang paling menentukan dalam pembelian adalah Ayah, dan 48.6% yang membayar sepeda motor walaupun kredit yang menentukan adalah Ayah. 50% konsumen menilai kecepatan petugas kasir dalam melayani konsumen dan 58.6% konsumen menganggap penampilan petugas kasir

PT Daya Adira sudah baik. 50% konsumen menganggap penjelasan petugas mengenai garansi sepeda motor sudah cukup jelas. 50%. 95.7% konsumen membeli sepeda motor Honda dalam kondisi baru, dan 68.6% konsumen pada saat ingin membeli sepeda motor Honda, konsumen tidak membandingkan dengan produk sepeda motor lain karena produk Honda sudah terjamin kualitasnya. 48.6% konsumen juga merasa puas sesudah membeli dan memakai sepeda motor Honda.

5.2 Saran

Dalam upaya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta untuk mencapai tujuan perusahaan, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi bagi PT Daya Adira Mustika . Saran-saran tersebut antara lain:

1. PT Daya Adira Mustika diharapkan dapat tetap melakukan strategi bauran pemasaran yang lebih baik dan lebih kritis di masa yang akan datang dan lebih memusatkan perhatian pada faktor-faktor bauran pemasaran yang kurang menarik perhatian konsumen selama ini dan tetap mempertahankan bahkan meningkatkan faktor-faktor bauran pemasaran yang telah dilakukan dengan baik dan menarik minat beli konsumen. Walaupun pelaksanaan bauran pemasaran memperoleh tanggapan yang baik dari konsumen, diharapkan PT Daya Adira Mustika dapat lebih meningkatkan pelaksanaan bauran pemasaran yang mempengaruhi pembelian konsumen misalnya dalam pemberian harga dan potongan harga karena konsumen baru merasa cukup menarik dan merasa cukup sesuai antara produk dan harga.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

2. PT Daya Adira Mustika diharapkan dapat lebih meningkatkan perhatian terhadap tanggapan atau respon pelanggan terhadap produk-produk sepeda motor Honda, serta memberikan informasi dan penjelasan yang selengkap-lengkapny mengenai produk-produk sepeda motor yang ditawarkan pada konsumen sesuai kebutuhan pelanggan dan dapat memberikan pelayanan berupa pemberian hadiah dan bonus dalam pembelian produk sehingga dapat lebih menarik minat beli konsumen dan dapat lebih memuaskan kebutuhan dan keinginan dibandingkan dari perusahaan pesaing lainnya yang ada selama ini.
3. Diharapkan agar perusahaan dapat terus melakukan upaya-upaya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui pelaksanaan bauran pemasaran yang lebih baik lagi serta memperbaiki bagian dari bauran pemasaran yang masih kurang mendapat perhatian atau tanggapan yang baik dari konsumen.