

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan *approach* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung dapat diterima dengan baik oleh responden. Hal ini bisa dilihat dari hasil jawaban responden yang menganggap bahwa pendekatan *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung dalam mempromosikan mobil bekas diterima dengan baik oleh calon konsumen.
2. Berdasarkan *presentation and demonstration* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung mendapatkan respon yang baik dari responden. Hal ini bisa dilihat dari hasil jawaban responden yang menganggap bahwa *presentation and demonstration* dari *sales* dapat diterima dengan baik oleh calon konsumen.
3. Berdasarkan *handling objections* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung mendapatkan respon yang baik dari responden. Hal

ini bisa dilihat dari hasil jawaban responden yang menganggap bahwa *sales* dapat menyelesaikan masalah atau kendala dari para calon konsumen baik yang bermasalah dengan mobil bekas yang ditanyakan maupun kendala dari calon konsumen lainnya.

4. Berdasarkan *closing* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung mendapatkan respon yang sangat baik dari responden. Hal ini bisa dilihat dari hasil jawaban responden yang menganggap bahwa *sales* selalu memberikan bonus, diskon, dan *cashback* untuk para calon konsumen yang membeli mobil bekas di *showroom* mobil *Vans Motor*.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang terdiri dari saran teoritis dan saran praktis, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Secara Teoritis

1. Penelitian mengenai kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas TVRI Bandung alangkah baiknya untuk peneliti selanjutnya menggunakan studi korelasional yang lebih menekankan kepada hubungan antara kegiatan promosi dengan minat konsumennya, sehingga bisa dideskripsikan secara jelas mengenai

permasalahan keterkaitan antara kegiatan promosi dengan minat konsumen.

2. Penelitian mengenai kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas TVRI Bandung bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya menggunakan metode penelitian kualitatif yang lebih membahas mengenai kegiatan promosi, agar peneliti selanjutnya lebih inovatif, fokus terhadap kegiatan promosi tersebut.

5.2.2 Secara Praktis

1. Dalam *approach* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung agar lebih dekat dengan calon konsumen, alangkah baiknya *sales* lebih menciptakan pendekatan emotional yang baik dengan calon konsumennya.
2. Dalam *presentation and demonstration* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung untuk mendapatkan respon yang lebih baik lagi, sebaiknya *sales* lebih mempresentasikan dengan strategi presentasi yang lebih mudah dimengerti oleh calon konsumen, seperti adanya aplikasi secara visual mengenai mobil bekas yang dijualnya.
3. Dalam *handling objections* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di

TVRI Bandung agar mendapatkan respon yang lebih baik dari calon konsumen alangkah baiknya sales selalu mendengarkan keluhan calon konsumen, dan selalu sabar menghadapi calon konsumen dengan menggunakan komunikasi yang baik.

4. Dalam *closing* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung untuk mendapatkan respon yang sangat baik dari calon konsumen, alangkah baiknya sales selalu memberikan informasi yang jelas mengenai hadiah, diskon, *cashback* kepada setiap calon konsumennya, agar konsumen tahu bahwa setiap mobil bekas yang dijual sales, mendapatkan hadiah, diskon, dan *cashback* dari *showroom* mobil *Vans Motor* tersebut.