

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai tahapan dalam penelitian, mulai dari penentuan judul, pengumpulan data, pengamatan, penyebaran kuesioner, pengolahan data, dan pengujian hipotesis, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tunas Cemara Motor dalam memasarkan produknya melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan salah satu unsur bauran pemasaran yaitu promosi penjualan sebagai alat promosi terhadap pasar sasarannya. Dengan memberikan hadiah berupa gratis 1 X *tune up* setiap 5 X service dan gratis cuci motor setiap service, diskon suku cadang dan garansi produk.
2. Tanggapan responden terhadap program promosi penjualan Tunas Cemara Motor sudah dianggap cukup baik, akan tetapi masih ada sebagian konsumen menganggap bahwa promosi penjualan yang dilakukan oleh Tunas Cemara Motor terdapat kekurangan. Dapat di lihat dalam mendapatkan gratis 1 X *tune up* diperlukan 5 X service ini berarti dalam jangka waktu kurang lebih satu tahun dengan pemakaian normal konsumen baru mendapatkan gratis *tune up*, jangka waktu garansi produk dan garansi service dianggap kurang, diskon atas suku cadang dianggap terlalu rendah dan diskon ini hanya untuk suku cadang tertentu saja, dan periode promosi yang relatif cukup lama.
3. Di lihat dari hasil perhitungan statistik yang dilakukan penulis didapat sebagai berikut :

- Koefisien korelasi

Dengan menggunakan rumus **Rank Spearman** menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,435 menurut *Jalaludin Rahman* (1993 : 20) yang berarti memiliki hubungan yang cukup berarti antara promosi penjualan dengan keputusan service motor Honda pada bengkel AHASS 6298 Tunas Cemara Motor.

- Analisis Hipotesis

Dari hasil perhitungan dan kriteria uji didapat  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 0,1404 dan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 4,345 maka :

$$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}} \text{ yaitu } 4,345 \geq 0,1404$$

Dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Yaitu Terdapat hubungan antara promosi penjualan dengan keputusan service pada Tunas Cemara Motor.

Dengan angka probabilitas yang didapat sebesar 0,000, jika diuji probabilitas  $(0,000) < (0,005)$ , maka dihasilkan hipotesis  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi, hipotesis menunjukkan “ Ada hubungan positif dan signifikan antara alat promosi penjualan (X) dengan keputusan service (Y) Tunas Cemara Motor dan dapat diterima. Artinya jika promosi penjualan ditingkatkan, maka keputusan service motor Honda akan meningkat, akan tetapi jika promosi penjualan dikurangi, maka keputusan service pun akan menurun.

4. Terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan seperti kurangnya kegiatan promosi lainnya selain promosi penjualan, penetapan biaya promosi penjualan yang tinggi karena promosi penjualan ini berlangsung cukup lama dan belum tercapainya target jumlah pelanggan yang datang.

## 5.2 Saran

Untuk mengatasi permasalahan di atas, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan mampu memperbaiki program promosi penjualan sebagai berikut :

1. Untuk gratis 1 X *tune up* setiap 5 X service, sebaiknya pihak perusahaan mengurangi syarat untuk mendapatkan gratis 1 X *tune up* yaitu dengan cara mengurangi 5 X menjadi 3 X service.
2. Jangka waktu garansi produk yaitu 1 minggu untuk service dan 1 bulan untuk suku cadang, penulis menyarankan pada pihak perusahaan menambah jangka waktu garansi ditakutkan terdapat keluhan setelah masa periode garansi itu habis.
3. Besarnya suku cadang yang didiskon terlalu rendah dan hanya sebagian suku cadang saja yang didiskon, penulis menyarankan kepada Tunas Cemara Motor agar meningkatkan nilai diskon karena minimal besarnya nilai diskon yang diperhatikan konsumen sebesar  $> 30 \%$ , dan sebaiknya berlaku pula diskon tersebut untuk semua item suku cadang.
4. Periode promosi yang relatif lama, penulis menyarankan agar program promosi penjualannya dibatasi periodenya agar dapat meningkatkan minat konsumen untuk segera melakukan service dan juga dapat mengurangi anggaran untuk biaya promosi.
5. Bengkel motor AHASS 6298 Tunas Cemara Motor adalah bisnis jasa, maka berikanlah pelayanan terbaik kepada konsumennya. Buatlah konsumen kita nyaman dalam dan merasa puas akan kinerja perusahaan.
6. Untuk melayani konsumen, jangan lupa untuk tersenyum.