

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai Strategi Pemasaran Produk Dealer Mitsubishi PT. Prabasonta Berlian Motor Madiun dalam meningkatkan jumlah penjualan. Maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Strategi Pemasaran dengan Pemilihan pasar yang baik juga dilakukan oleh dealer dengan memilih segmentasi pasar yang tepat, produk yang dimiliki dealer, penentuan harga bersaing, pendistribusian yang optimal dan promosi yang tepat sasaran.
2. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Dealer dalam meningkatkan penjualan yaitu menggunakan metode referensi dari konsumen purna beli dan sistem karyawan tidak tetap.
3. Beberapa Kendala Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam meningkatkan jumlah penjualan antara lain :
  - a) Kendala Sistem referensi purna beli  
Kendalanya yaitu tidak ada respon ketika pihak perusahaan menghungi kembali dan pembeli hanya membeli produk tidak bisa diajak kerjasama untuk memberikan referensi kepada calon pembeli lain
  - b) Kendala Sistem makelar/orang ketiga

Kendalanya yaitu pemetokan harga yang diberikan oleh makelar kurang kompetitif.

#### 4. Solusi Strategi Pemasaran PT. Probosonta Madiun dalam Menghadapi Kendala Pemasaran antara lain

##### a) Solusi Kendala Sistem referensi purna beli

Solusi yang dilakukan oleh Dealer yaitu menjaga silaturahmi dan menghubungi pembeli purna beli via whatsapp atau menelpon langsung. Cara yang lain yang dilakukan yaitu bertamu kerumah pembeli purna beli, sekaligus menawarkan produk.

##### b) Sistem makelar/orang ketiga

Solusi yang dilakukan oleh Dealer yaitu selalu mengecek harga secara ketat dan berkala. Cara lain yaitu melakukan pendekatan secara personal dengan memberikan THR ketika hari raya, bertamu kerumah orang ketiga, dan selalu berkomunikasi secara intens via sosial media ataupun telpon.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat, yaitu :

### 1. Bagi Pimpinan Lembaga

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Dealer sebagai bahan masukan bahwa Strategi Pemasaran Produk harus benar-benar diperhatikan untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan

### 2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan untuk pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan agar menambah jumlah variabel penelitian dengan meneliti atau memilih variabel lain untuk dijadikan variabel moderating dalam penelitian kedepan serta obyek penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian jauh lebih baik.