

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis dan hasil pengolahan data yang sudah peneliti kumpulkan mengenai penelitian tentang “Pengaruh Strategi Promosi Divisi Bengkel PT Astra AUTO2000 Bandung Suci Terhadap Minat Servis Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19” peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan uraian yang telah dianalisis dan dibahas sebelumnya, kesimpulan yang peneliti ambil sebagai berikut :

1. Startegi promosi yang dilakukan PT Astra AUTO2000 bandung suci dirasa sudah dapat dikatakan baik, karena respon yang diberikan dari konsumen juga positif. Hanya saja masih ada yang perlu diperbaiki dalam informasi-informasi mengenai promosi yang diberikan oleh AUTO2000, agar masyarakat selalu merasakan ketertarikan terhadap AUTO2000.
2. Minat servis yang diterima konsumen dalam pelayanan jasa PT Atra AUTO2000 pun sudah dapat dikatakan baik, karena konsumen mendapatkan pelayanan jasa terbaik. Hanya saja ada yang perlu diperhatikan yaitu dari segi harga yang ditawarkan kurang membuat konsumen merasa tertarik.
3. Dari hasil pembahasan mengenai penelitian serta pengaruh Strategi promosi terhadap Minat servis PT Astra AUTO2000 berpengaruh baik

sesuai dengan tabel kriteria Guilford, nilai koefisien korelasinya mempunyai pengaruh yang erat. Berdasarkan arah (jenis) antar variabel memperoleh angka koefisien korelasi bernilai positif.

5.2 Saran

Dari analisis dan hasil pengolahan data yang sudah peneliti lakukan mengenai penelitian tentang “Pengaruh Strategi Promosi PT Astra AUTO2000 Bandung Suci Terhadap Minat Servis Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19” Pada bagian ini peneliti mencoba memberikan beberapa saran berdasarkan uraian yang telah dianalisis oleh peneliti yang telah dibahas sebelumnya, kesimpulan yang peneliti ambil sebagai berikut :

5.2.1. Saran Bagi PT Astra AUTO2000 Bandung Suci

Disarankan untuk PT Astra AUTO2000 Bandung Suci lebih sering melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat servis konsumen terutama di masa pandemi dan disarankan agar lebih aktif lagi dalam mengelola media sosial yang dimiliki, karena dengan pengelolaan media sosial yang baik, konsumen akan merasa percaya dan tertarik tentunya dengan isi pesan dan visual yang menarik. Serta walau sudah mendapat penilaian yang baik dari para konsumen masih ada beberapa yang perlu dibenahi supaya masyarakat lebih merasa tertarik dengan AUTO2000 yaitu dari aspek advertising yang perlu lebih dikuatkan melalui sosial media, karena pada nyatanya masih banyak konsumen yang belum mengetahui sosial media AUTO2000 ini yang selalu memberikan berbagai

informasi mengenai beberapa promosi-promosi yang menarik untuk para konsumen.

5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjtnya

Peneliti berharap, untuk penelitian selanjutnya agar lebih mempersiapkan diri terkait dalam pembagian waktu secara terjadwal, mengingat kondisi selama penelitian tidak selamanya sesuai dengan apa yang diharapkan. Pentingnya ketelitian dan kesabaran dalam proses penelitian berlangsung.