BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Penulis melakukan survey dengan responden 30 orang terhadap konsumen yang memiliki Motor Minerva Megelli 250. Dari analisis data yang diperoleh secara umum tingkat promosi Penjualan dealer Minerva kurang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari gambaran tingkat kesadaran konsumen akan merek Minerva Megelli 250 yang dituangkan dalam indikator sudah cukup menunjukan gambaran yang diharapkan, promosi penjualan pada jawaban responden variabel X sebesar 0,67% yang artinya kurangnya Promosi Penjualan yang dilakukan Dealer Minerva yang mengakibatkan kurangnya proses keputusan pembelian. Jika dipresentasekan dengan skor ideal (2277,5) variabel promosi penjualan (X) berada di kategori sedang.
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian pada Dealer Minerva Cabang Ahmad Yani Bandung secara umum tidak mengarah pada proses keputusan pembelian yang positif, atau tidak menuju kearah perilaku pembelian yang loyal. Hal ini terlihat dari analisis deskriptif tentang proses keputusan pembelian pada jawaban variabel Y sebesar 0,62%. Jika diprosentasikan dengan skor ideal (1086) variabel Proses keputusan Pembelian (Y) berada di kategori Sedang.

3. Dari Promosi penjualan yaitu *periklanan khusus*, responden tidak dapat mengenali atau mengingat kembali Dealer Minerva, *pameran dagang*, responden sudah dapat mencerminkan pencitraan suatu merek terhadap suatu kesan tertentu dalam kaitannya dengan kebiasaan, gaya hidup, manfaat, atribut, produk, geografis, harga, pesaing, dll, *perceived quality* (persepsi kualitas), Dari perhitungan SPSS 15.0 for windows pengaruh *Promosi Penjualan* terhadap proses pengambilan keputusan pembelian diperoleh hasil yaitu sebesar 30,47% sudah dapat dikatakan kurang cukup dilihat dari interprestasi liniear sederhana.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran terhadap Dealer Minerva Cabang Ahmad Yani Bandung diantaranya berikut.:

1. Penulis memberikan saran terhadap Dealer Minerva yaitu harus terus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dan meningkatkan pengenalan produk melalui promosi yang dapat diterima secara baik oleh konsumen seperti dengan cara pengiklanan pada, televisi, radio, surat kabar, majalah, brosur dll, melakukan road show, menggunakan selebritis endoser yang terkenal dan memiliki citra tersendiri sehingga dapat membantu mempromosikan image yang dikembangkan. Bila semua telah dilaksanakan dengan baik maka *Promosi penjualan* itu sendiri akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, banyak pelanggan (terutama pelanggan baru) yang kecewa karena adanya perbedaan harga yang ada pada brosur

dengan harga setelah mereka selesai membeli produk tersebut, tentunya pelanggan merasa tertipu. Oleh karena itu Dealer Minerva harus lebih jelas dalam memberikan informasi harga yang jelas kepada pelanggan.