

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT Honda Serimpi Makmur Sejati dalam menarik konsumen yaitu Two Ways Strategy. Ada dua strategi yang digunakan dalam menarik keputusan konsumen. Yaitu push strategy, dan pull strategy. Kedua strategi ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen yang telah dibentuk berpeluang dapat mempengaruhi keputusan konsumen tersebut untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Kendala yang dihadapi ketika dimintai wawancara karyawan PT Honda Serimpi Makmur Sejati kurang tanggap dalam merespon alhasil penulis menjadi terburu buru mengerjakan skripsi ini karena pihak yang diteliti selalu menggantungkan penulis seperti mengganti hari namun tidak ada jawaban dan lain lain.

1.2 Saran

Adapun saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil dan pembahasan yaitu:

Sebaiknya strategi komunikasi pemasaran PT.Honda Serimpi Makmur Sejati dilakukan dengan bentuk yang lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan semakin banyaknya pesaing yang bergerak juga dalam bidang industri kendaraan bermotor roda dua.

Pada strategi komunikasi pemasaran sebaiknya PT Honda Serimpi Makmur Sejati melakukan sosialisasi tentang bentuk kegiatan yang dilakukan kepada seluruh konsumen dan mengenai promosi produk terbaru dengan media yang efektif seperti media elektronik jadi tidak hanya

menggunakan satu media massa saja. Agar lebih efektif ada baiknya dalam mempublikasikan informasi menggunakan media massa cetak dan media sosial.

