

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Dari hasil kuisisioner yang telah kembali ditemukan bahwa 4P berpengaruh terhadap Y sehingga mendapatkan hasil *Produk* berjumlah 1089, *Price* berjumlah 1465, *Promotion* berjumlah 1058, *Distribusi* berjumlah 1293. Dari hasil kuisisioner didapat bahwa promosi lebih rendah, sehingga Dealer Yamaha Tri Jaya Motor target penjualannya menurun. Sehingga lebih ditingkatkan dalam promosiannya agar dapat meningkat jumlah penjualan pada Dealer Yamaha Tri Jaya Motor, dengan cara memasang spanduk dan alat promosi yang strategis dan gambar iklan yang menarik dan dapat dipahami oleh konsumen. Sehingga konsumen bisa memahami isi iklan atau brosur yang diberikan pada Dealer Yamaha Tri Jaya Motor, selain itu juga event-event yang diselenggarakan oleh Dealer Yamaha Tri Jaya Motor bisa menarik konsumen untuk membeli produk Yamaha. Sehingga penjualan pada Dealer Yamaha Tri Jaya Motor dapat meningkat dan dapat memenuhi target yang telah ditetapkan pada Dealer Yamaha Tri Jaya Motor.
2. Dari hasil perhitungan analisis berganda diperoleh hasil, Jika variabel produk, harga, promosi, dan distribusi bernilai 0, maka penjualan bernilai positif (30.230). Jadi, diperkirakan nilai rata-rata penjualan tiap bulan sebesar 30.230. Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa, bila nilai produk, harga, promosi, dan distribusi bertambah 1,

maka nilai rata-rata penjualan motor yamaha tiap bulan akan bertambah 30.230 unit atau setiap nilai produk, harga, promosi, dan distribusi bertambah 10 maka nilai penjualan tiap bulan akan bertambah 302.30 unit.

3. Dari Pengujian Hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa Marketing mix sangat berpengaruh pada penjualan motor pada Dealer Tri Jaya Motor Blitar. Yang paling besar berpengaruh yaitu Distribusi karena tempat atau letak dealer sangat mempengaruhi penjualan pada Dealer Tri Jaya Motor Blitar.
4. Dari analisis *marketing mix* yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa segi produk pada Dealer Yamaha Tri Jaya Motor ternyata ada beberapa permintaan terhadap jenis produk oleh konsumen yang masih blom bisa terpenuhi oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan jenis produk yang diminta konsumen ternyata belum dipasarkan di Dealer tri Jaya Motor. Di sisi lain, walaupun jenis produk yang diminta oleh konsumen ada, maka jumlah produk yang tersedia ternyata masih kurang (*understock*). Dari segi harga pada dealer yamaha tri jaya motor diperoleh bahwa penerapan kebijakan harga harga jual produk yang diterapkan oleh Dealer Tri Jaya Motor Kanigoro Kabupaten Blitar sudah baik, oleh karenanya perlu tetap dipertahankan. dari segi promosinya perusahaan ini memperkenalkan produknya kepada konsumen, dimana dalam pelaksanaan *marketing mix* yang dilakukan oleh perusahaan yang cukup variatif dan intensif, jika dibandingkan

dengan *marketing mix* yang dilakukan oleh perusahaan pesaing. Dan segi pendistribusian produknya konsumen terhambat karena konsumen potensial yang berada di daerah tersebut, harus menunggu *salesman* yang datang atau datang sendiri ke Dealer langsung untuk membeli produk yang diinginkan.

## **B. Saran**

1. Perusahaan dalam penerapan *marketing mix* ini, disarankan untuk meningkatkan promosinya agar masyarakat dapat tertarik untuk membeli produk yamaha. Karena selama ini banyak konsumen yang kurang paham dengan isi dari brosur yang diberikan oleh Dealer.
2. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan variabel terikat yang sama dan variabel bebas yang lain.