

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Seluruh aspek Strategi *marketing mix*, yang meliputi produk/ jasa, harga, tempat usaha, Strategi promosi, sumber daya manusia, proses, dan juga bukti fisik yang baik, serta menarik mampu meningkatkan tingkat keputusan terhadap konsumen pada CV. Reyner Globalindo sehingga mampu meningkatkan pengguna jasa, Sedangkan terdapat dua aspek yang berpengaruh paling dominan terhadap pengguna jasa, yaitu proses dan produk/ jasa
2. Strategi *marketing mix* yang memiliki tingkat standard sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen pada CV. Reyner Globalindo, sehingga mampu meningkatkan keputusan penggunaan jasa.

#### B. Saran

Dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka mampu memberikan saran yaitu :

1. Bagi CV. Reyner Globalindo agar lebih memperhatikan beberapa hal berdasarkan penelitian tentang *marketing mix* terhadap keputusan pengguna sebagai berikut :

a Produk/ Jasa

Diharapkan dapat terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk/ jasa yang ditawarkan. salah satunya dengan menambahkan rute tour/ paket wisata yang bervariasi, karena produk/ jasa mampu menarik konsumen untuk melakukan penggunaan jasa sehingga dapat menaikkan volume penjualan dan mencapai target perusahaan

b Harga

Diharapkan untuk tetap memberikan harga yang terjangkau, harga yang pasti, tidak berubah – ubah. Serta melakukan diskon pada even-even tertentu

c Tempat Usaha

Disarankan untuk membuka cabang di beberapa tempat usaha yang baru, dengan lokasi yang strategis, agar mudah dijangkau oleh konsumen.

d Strategi Promosi

Disarankan untuk memperluas jangkauan promosinya seperti menjadi sponsor dalam sebuah acara, dengan menampilkan logo pada acara tersebut, maka akan lebih dikenal di masyarakat. Atau juga dengan memberi insentif ke konsumen yang memberikan rekomendasi kepada calon konsumen baru untuk menggunakan jasa

e Sumber Daya Manusia

Disarankan untuk memberikan arahan terhadap para *driver* untuk lebih sering berinteraksi langsung dengan konsumen, agar konsumen merasa nyaman dalam perjalanan.

f Proses

Disarankan untuk menyediakan fasilitas yang lengkap pada setiap unit, agar konsumen merasa nyaman dalam perjalanan

g Bukti Fisik

Diharapkan mampu memberikan yang terbaik untuk konsumen, dengan selalu memastikan unit dalam keadaan baik dan bersih

2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan studi ini disarankan untuk lebih memperdalam kajian melalui item-item pernyataan untuk variabel *Marketing Mix* disesuaikan dengan kondisi bisnis yang ada agar lebih memperdalam isi dalam penelitian ini.
3. Bagi instansi-instansi yang terkait dengan pelayanan jasa transportasi umum agar membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan akademisi untuk terus melakukan penelitian maupun diskusi guna menemukan solusi dalam mengatasi permasalahan pelayanan jasa transportasi.