

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari Karya Ilmiah ini yaitu :

1. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan motor Honda Beat antara lain:

- a. Kupon

Setiap pembelian motor Honda Beat konsumen mendapatkan kupon potongan harga dan kupon hadiah secara langsung.

- b. Premi

Honda Beat menawarkan barang yang menarik maupun *bundling* produk dengan harga yang ekonomis untuk setiap pembelian motor Honda Beat.

- c. Kontes

Untuk menarik perhatian konsumen Honda Beat melakukan kontes modifikasi kelas skuter matik.

- d. Undian

Undian berhadiah merupakan salah satu alat promosi penjualan yang diberikan motor Honda Beat untuk menarik perhatian konsumen dengan syarat dan ketentuan yang mudah.

e. Produk Sampel

Di setiap penjualan motor Honda Beat mengadakan produk sampel yang memadai untuk konsumen yang ingin melihat dan mencoba langsung motor Honda Beat.

f. *Point of – Purchase Displays*

Setiap tempat yang menjual motor Honda Beat mengadakan pajangan promosi yang disusun untuk membangun lalu lintas, mengiklankan produk, atau membujuk pembelian implusif.

g. Potongan Rabat

Setiap pembelian motor Honda Beat secara tunai mendapatkan potongan rabat dengan syarat dan ketentuan yang mudah.

2. Adanya pengaruh yang positif antara promosi penjualan dengan keputusan pembelian motor Honda Beat sebesar 0,451 dan besarnya pengaruh promosi penjualan motor Honda Beat menerangkan keputusan pembeli sebesar 20,3% dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$), sedangkan sisanya yaitu 79,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar kegiatan promosi penjualan seperti harga dan kualitas produk yang dijual. Persamaan regresinya adalah $= 11,440 + 1,78 X$.

B. Saran

Dari deskripsi dan analisis kasus yang telah dikemukakan kemudian menggabungkannya dengan teori yang bersangkutan dan berdasarkan hasil penelitian dari 133 responden terkait tabel 3.3 tentang promosi penjualan dan keputusan pembelian, pengguna motor Honda Beat di area parkir Kampus A Universitas Negeri Jakarta, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya lebih banyak bekerjasama dengan penyelenggara *event* modifikasi Honda Beat bertaraf nasional maupun internasional dengan tema dan hadiah yang menarik bagi konsumen, sehingga konsumen tidak hanya menggunakan motor Honda Beat sebagai kendaraan sehari-hari saja tetapi bisa mengkreasikan motor Honda Beat yang mereka miliki dengan mengikuti kontes motor tersebut.
2. Perusahaan sebaiknya memberikan potongan rabat dengan kemudahan syarat dan ketentuan berlaku untuk konsumen yang ingin membeli motor Honda Beat secara tunai. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya tidak hanya memberikan potongan rabat kepada konsumen yang membeli secara tunai saja, tetapi juga kepada konsumen yang ingin membeli motor Honda Beat secara kredit, mengingat pada saat ini banyak konsumen yang membeli motor secara kredit. Hal tersebut dilakukan juga untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumen.