

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya, penulis mendapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi dan lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda di PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya.
2. Strategi pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan lokasi semuanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda di PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya. Ini menunjukkan bahwa makin baik produk, harga makin murah, maka promosi makin baik, dan distribusi makin banyak dan baik masing-masing dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian Mobil Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada produsen Mobil Honda khususnya distributor PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya sebagai agen pemasaran untuk senantiasa memperhatikan dan melakukan perbaikan terhadap produk, promosi, dan distribusi Mobil Honda. Selain itu hendaknya pula memperhatikan harga Mobil Honda yakni bisa bersaing dengan harga mobil produk yang lainnya dan dijangkau oleh masyarakat.
2. Dari keempat factor yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi, maka yang utama diperhatikan dan ditingkatkan terus adalah produk dengan memperhatikan perubahan selera konsumen.