

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis faktor – faktor bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sepeda merek *United*, menunjukkan bahwa semua faktor bauran pemasaran dipertimbangkan dalam model. Sedangkan variabel – variabel yang dipertimbangkan, dijabarkan menjadi 5 faktor yaitu faktor produk, faktor harga, faktor tempat/saluran (*dealer*), faktor promosi, dan faktor purna jual.
2. Dari 5 faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sepeda merek *United*, faktor purna jual merupakan faktor yang mempunyai peran penting atau menjadi pertimbangan utama dengan nilai rata – rata 423 atau sekitar 4.36 persen, artinya bahwa konsumen akan mempertimbangkan purna jual dari produk sebesar 4.36 persen. Sedangkan faktor produk merupakan pertimbangan terakhir dalam penelitian ini yaitu nilai rata – rata sebesar 404 atau 4.17 persen, artinya konsumen mengharapkan peningkatan terhadap kualitas produk dengan inovasi yang terbaru sebesar 4.17 persen.

6.2 Saran

Berdasarkan pada analisis dan pembahasan diperoleh temuan sekaligus saran sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran jasa, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak toko sepeda di Kota Jambi yang menjual produk sepeda merek *united* dalam meningkatkan minat konsumen terhadap merek *united* pihak toko harus menyediakan produk yang mengikuti trend terbaru serta mengadakan penjadwalan yang tepat dan teratur untuk pameran event dalam rangka pengenalan produk. Memperhatikan tingkat harga sepeda merek *united* sesuai bervariasi. Dealer sepeda yang mudah dijangkau oleh setiap konsumen *united*. Promosi yang ditampilkan mudah di mengerti dan menarik, serta purna jual toko mampu membuat situasi yang nyaman dalam melayani konsumen saat berkunjung di store *united*.
2. Bagi penelitian selanjutnya, perlu adanya penelitian serupa untuk produk lain sehingga dapat diketahui pula faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan sepeda merek *united* dalam penelitian ini hanya menggunakan lima faktor yaitu produk, harga, dealer, promosi dan purna jual. Diharapkan peneliti selanjutnya menambah faktor lain seperti produk pembanding, dan harapan konsumen.