

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dapat disimpulkan dari Analisa penelitian yang dilakukan bahwa sebagaimana berikut:

1. Showroom Karunia Motor Malang Menggunakan bauran pemasaran yang meliputi (1) menyediakan kendaraan berupa mobil yang berkualitas bagus dalam segi kualitas luar dan dalam mobil, sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan; (2) menentukan harga jual dengan mempertimbangkan kualitas produk, melakukan survey terlebih dahulu untuk menentukan harga jual dan memberikan potongan harga ; (3) pemilihan tempat yang sangat bagus dalam penempatan sehingga mudah untuk ditemukan dan dilihat banyak orang, dan juga memiliki fasilitas parkir luas untuk meningkatkan kenyamanan konsumen; (4) tidak kalah dalam melakukan taktik promosi yang jitu, seperti pemasangan iklan di, koran, radio dan juga membuat brosur yang bagus; (5) penggunaan sumberdaya manusia yang berkualitas sehingga dapat memberikan yang baik; (6) prosedur pembelian dan pembayaran yang mudah dan (7) penggunaan fasilitas pendukung untuk meningkatkan kenyamanan konsumen.
2. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh Showroom Karunia Motor senantiasa melibatkan para pihak yang terdiri dari pimpinan

perusahaan, karyawan, konsumen dan makelar. Hubungan antara para pihak yang terlibat dalam strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik karena adanya pertukaran sosial dari para pihak yang terlibat di dalamnya. Adanya keuntungan yang didapatkan oleh para pihak dalam pertukaran sosial akan membuat strategi pemasaran dapat mengalami peningkatan dalam setrategi pemasaran yang dilakukan.

5.2. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan juga bagi penelitian selanjutnya.

1. Perusahaan

pertukaran sosial memiliki peran dalam keberhasilan strategi pemasaran di Showroom Karunia Motor. Oleh katrena itu, hendaknya showroom Karunia Motor harus senantiasa mempertimbangkan keuntungan yang di dapatkan oleh para pihak yang terlibat dalam strategi pemasaran, supaya strategi pemasaran dapat dijalankan dengan lebih baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Fokus dalam penelitian ini adalah tentang peran pertukaran sosial dalam kegiatan marketing di perusahaan swasta. Pertukaran sosial sendiri, tidak hanya berlaku bagi perusahaan swasta, tapi juga dapat terjadi pada sector pemerintahan Oleh karena itu, bagi

penelitian ini dapat dikembangkan untuk menganalisis strategi marketing dalam peran pertukaran sosial di berbagai sektor.

