



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Adanya latar belakang untuk mengurangi kemacetan dan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor, pemerintah akhirnya mengambil kebijakan dengan menaikkan pembayaran uang muka untuk kredit kendaraan bermotor. Dampak dari adanya kebijakan pemerintah ini mempengaruhi penjualan sepeda motor di Indonesia, yang mengalami penurunan setelah diberlakukannya kebijakan ini.

Berdasarkan data dan fakta yang didapatkan penulis dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran memiliki peranan yang penting bagi suatu perusahaan untuk dapat membantu maupun meningkatkan kinerja *marketing*. *Marketing Communication Planning Framework* menjadi acuan utama dalam penyusunan strategi komunikasi pemasaran yang ada.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan PT Gamma Eka Sentosa sebagian besar mengikuti ketentuan dari AHM, dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran *push and pull*, PT Gamma Eka Sentosa sangat terbantu dengan dukungan dari AHM dalam menjalankan kegiatan *promotional mix* mereka. *Tagline* baru Honda “One Heart” turut serta menyalurkan kinerja dealer dengan *marketing communication objectives*

yang ada, dan yang terakhir adanya inovasi teknologi terbaru dari Honda yaitu teknologi mesin PGM-FI.

Strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan AHM terhadap dealernya, PT Gamma Eka Sentosa, terbukti tepat sasaran dengan adanya kebijakan pemerintah dalam menaikkan uang muka untuk kredit kendaraan bermotor. Hal ini dibuktikan dengan laporan penjualan sepeda motor PT Gamma eka Sentosa yang kembali stabil dan mengalami kenaikan setelah mengalami penurunan setelah adanya kebijakan, selain itu dengan meningkatkan pelayanan di dealer, PT Gamma Eka Sentosa memperoleh keuntungan *word of mouth* dari pelanggan dan adanya *repeat order* untuk pembelian sepeda motor.

## **5.2. Saran**

Dari kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Praktis**

Dalam hasil penelitian terlihat dealer mengikuti kebijakan yang diberikan oleh pusat (AHM), oleh sebab itu diharapkan di masa mendatang, kegiatan strategi komunikasi pemasaran *business to business* (b to b) dari AHM terhadap dealernya lebih ditingkatkan lagi secara merata terhadap setiap dealer dari AHM.

### **5.2.2 Saran Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan bagi peneliti berikutnya. Penulis menyadari ada beberapa

keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penulis menyarankan apabila ada penelitian lanjutan mengenai topik ini dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melengkapi hasil penelitian yang sudah ada.

