

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis faktor *promotion mix* pada pengguna sepeda motor Yamaha dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*), yang terdiri dari durasi penayangan iklan di televisi, penayangan iklan di radio, penayangan iklan di surat kabar dan pemberitaan produk yang aktual. Faktor periklanan menjadi faktor utama bagi konsumen Yamaha dalam pertimbangan membeli sepeda motor Yamaha. Dengan kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 33,143% dengan *eigen value* 4,309 yang menunjukkan sangat pentingnya peranan faktor periklanan (*advertising*).
2. Promosi penjualan (*sales promotion*), yang terdiri dari tawaran pengembalian uang, tawaran hadiah yang menarik, dan kontes penjualan atau keterlibatan dalam sponsor. Dengan kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 16,053% dengan *eigen value* 2,087 yang menunjukkan pentingnya peranan faktor promosi penjualan (*sales promotion*).
3. Hubungan masyarakat (*public relation*), yang terdiri dari tawaran kupon undian dan penyelenggaraan acara istimewa (*special events*). Dengan kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 12,614% dengan *eigen value* 1,640 yang menunjukkan pentingnya juga peranan faktor hubungan masyarakat (*public relation*).

4. Penjualan pribadi (*personal selling*), yang terdiri dari penampilan SPG (*sales promotion girl*) yang menarik. Dengan kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 9,010% dengan *eigen value* 1,171 yang menunjukkan cukup pentingnya peranan faktor penjualan pribadi (*personal selling*).

Faktor *promotion mix* secara keseluruhan mempengaruhi konsumen sepeda motor Yamaha sebesar 70,820%. Sehingga ada faktor lain sebesar 29,180% yang mempengaruhi pengguna sepeda motor Yamaha diluar dari faktor *promotion mix*.

B. Saran

Berdasarkan analisis serta kesimpulan yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan periklanan (*advertising*) melalui media elektronik dan media cetak perlu terus dipertahankan mengingat sebagian besar responden menyukai iklan yang ditayangkan oleh Yamaha.
2. Kegiatan promosi penjualan (*sales promotion*) melalui tawaran pengembalian uang dan hadiah yang menarik perlu terus dipertahankan.
3. Kegiatan hubungan masyarakat (*public relation*) melalui penyelenggaraan *special event* perlu terus dipertahankan dan sering diadakan dengan melibatkan pada beberapa pihak terkait khususnya para *event organiser*.
4. Kegiatan penjualan pribadi (*personal selling*) melalui SPG (*sales promotion girl*) perlu terus ditingkatkan melalui program pendidikan dan latihan (diklat) bagi para SPG.