

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti dari hasil analisis yang telah dilakukan pada PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Dalam melakukan strategi pemasaran, PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri menggunakan bauran pemasaran (*Marketing mix*) 7P yang terdiri atas strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau distribusi, strategi promosi, strategi orang atau Sumber Daya Manusia (SDM), strategi proses, dan strategi tampilan fisik. Dan melakukan analisis SWOT.

Dari hasil yang diperoleh perhitungan tabel matriks IFAS dan tabel matriks EFAS, dapat diketahui bahwa hasil nilai IFAS dan nilai hasil EFAS. Hasil masing-masing faktor yaitu, faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), faktor peluang (*opportunities*), dan faktor ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS serta diagram analisis SWOT yang menunjukkan hasil tepat pada kuadran I dapat diketahui bahwa yang menjadi strategi utama bagi PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri berada di jalur yang tepat dan menguntungkan, dengan mengoptimalkan produk-produk pembiayaan serta promo yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Dapat dilakukan berbagai inovasi promosi dengan menampilkan keunggulan produk dan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak calon nasabah. Sehingga memanfaatkan situasi dimana masyarakat lebih memilih untuk membeli kendaraan secara kredit dikarenakan uang yang bisa diputar kembali untuk kelangsungan usaha. Menjaga citra baik PT Mandiri Utama Finance

cabang Kediri di Masyarakat agar menjadi salah satu faktor meningkatnya volume penjualan pada PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, penulis hendaknya memberikan saran yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, Lembaga atau instansi, dan bagi perusahaan terkait dalam penelitian ini, saran yang diberikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keasliannya dalam penelitian ini terutama dalam bidang pemasaran dan untuk pengembangan penelitian yang sesuai waktu terjadi perubahan berkelanjutan.
2. Bagi perusahaan, disarankan untuk menggunakan penelitiann ini sebagai acuan untuk mengambil pertimbangan keputusan, dikarenakan peneliti telah meneliti dan membuat rumusan guna tercapainya peningkatan volume penjualan pada perusahaan.
3. Bagi pihak lain, bagi pihak atau peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk lebih mendalam dalam riset pemasaran yang tengah berkembang diminati di masyarakat sehingga memungkinkan untuk dilakukan proses pemasaran sesuai keadaan di masyarakat.