

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Produk Toyota yang dipasarkan oleh PT. Sarana Niaga Kota Ternate merupakan produk handal yang sudah terkenal sejak dulu dan mempunyai tempat pemasaran yang tersebar di wilayah Provinsi Maluku Utara.
- 2) Pada matriks SWOT terlihat beberapa alternatif strategi yang paling efektif dilakukan oleh PT. Sarana Niaga Kota Ternate dengan menggabungkan antara unsur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan peluang serta ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu strategi SO atau mendukung strategi yang agresif, dan juga strategi ST atau mendukung strategi diversifikasi.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Untuk pihak perusahaan dalam hal ini PT. Sarana Niaga Kota Ternate, disarankan untuk:
 - a) Harus melakukan berbagai inovasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk mengembalikan tingkat kepercayaan konsumen dengan

cara *brand marking* (belajar dari produk pesaing dalam hal inovasi produk)

b) Memperkuat keberadaan produk Toyota di pasaran dengan cara memperkuat *marketing mix* atau bauran pemasaran agar masyarakat lebih tertarik pada produk Toyota.

c) Meningkatkan berbagai aktivitas nilai yang ada pada PT. Sarana Niaga terutama dalam hal pelayanan terhadap konsumen.

2) Untuk peneliti lain, seyogyanya dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT, harus mempertimbangkan unsur – unsur lain yang menjadi faktor yang mempengaruhi pemasaran dan keinginan konsumen.