

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan PT. Honda Kudus Jaya Motor dalam meningkatkan volume penjualan merupakan memulai dari perencanaan dimana terdapat beberapa bagian yakni pertama dengan mengidentifikasi calon konsumen, positioning, diferensiasi dan yang terakhir merupakan memanfaatkan relasi yang sudah ada. Dalam teknis pelaksanaannya, PT. Honda Kudus Jaya Motor dalam memasarkan produknya merupakan dengan cara periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, pemasaran interaktif dan melalui event maupun sponsorship. PT. Honda Kudus Jaya Motor lebih banyak menggunakan sales dalam melakukan penjualannya, karena produk yang dijual ialah produk yang memiliki segmentasi tertentu.
2. Dalam penjualan produk, PT. Honda Kudus Jaya Motor selalu mengutamakan pelayanan yang prima kepada konsumen baru maupun konsumen lama yang sudah pernah melakukan pembelian produk Honda. PT. Honda Kudus Jaya Motor memanfaatkan jaringan internet dan media sosial sebagai media untuk mempermudah pelayanan konsumen dalam konsultasi dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan meningkatkan citra perusahaan dan produk yang dijual.
3. Dalam etika bisnis islam, PT. Honda Kudus Jaya Motor telah melakukan nilai-nilai dasar etika Islam dalam proses komunikasi pemasarannya, PT. Honda Kudus Jaya Motor bersikap ramah dan sabar dalam menanggapi banyaknya pertanyaan dari para calon pelanggannya, serta menerapkan sistem tawar menawar sesuai kesanggupan calon pelanggannya meskipun sudah terdapat paket-paket yang sudah ditentukan, ini menunjukkan bahwa PT. Honda Kudus Jaya Motor tidak serta merta memilih pelanggan yang *high class* saja. Tak hanya itu apabila konsumen mendapatkan barang yang cacat maka pihak PT. Honda Kudus Jaya Motor akan segera menggantinya tanpa penambahan harga lagi. Informasi yang diberikan PT. Honda Kudus Jaya Motor melalui akun media sosialnya juga sesuai dengan apa yang ada

tanpa dilebih-lebihkan untuk menarik perhatian pelanggannya, selain itu juga PT. Honda Kudus Jaya Motor menomor satukan kepuasan pelanggannya dengan sangat berhati-hati dalam menjalankan setiap aktivitas pekerjaannya.

