

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan implementasi penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi yang dapat dilakukan oleh *Pitcar Service* dalam peningkatan kualitas mekanik adalah membentuk tim mekanik yang memiliki keahlian dan pengetahuan terkini dalam industri otomotif. Peningkatan kualitas tersebut dilakukan dengan:
  - a. Melakukan identifikasi kebutuhan pelatihan
  - b. Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan terkemuka
  - c. Menerapkan program pelatihan berjenjang
  - d. Melakukan evaluasi kinerja rutin dan pemantauan pelatihan berkelanjutan menunjukkan komitmen terhadap kualitas layanan.

Melalui langkah-langkah tersebut, *Pitcar Service* dapat meyakinkan pelanggan bahwa layanan perbaikan kendaraannya tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga selalu berada di garis depan teknologi otomotif.

2. Berdasarkan perhitungan bobot setiap kriteria dan alternatif, diperoleh prioritas strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang menjadi peringkat pertama dari 9 Alternatif tersebut adalah Alternatif 6 (Meningkatkan kualitas mekanik dengan pelatihan dan sertifikasi tambahan). Alternatif 6 menonjol sebagai strategi pemasaran yang paling diutamakan dengan nilai preferensi tertinggi, yaitu 0,7588. Peringkat kedua diikuti oleh Alternatif 2 (Melakukan penguatan relasi pelanggan) dengan nilai

preferensi 0,7132. Peringkat ketiga yaitu Alternatif 1 (Meningkatkan *brand awareness*) dengan nilai preferensi 0,5887. Peringkat keempat yaitu Alternatif 8 (Menjalin pemasok suku cadang yang lebih banyak) dengan nilai preferensi 0,4672. Peringkat kelima yaitu Alternatif 9 (Mengadopsi strategi pemasaran lain yang lebih efektif) dengan nilai preferensi 0,3703. Peringkat keenam yaitu Alternatif 5 (Merekrut ahli *digital marketing*) dengan nilai preferensi 0,3468. Peringkat ketujuh yaitu Alternatif 3 (Menawarkan promo kepada pelanggan yang rutin melakukan perbaikan di Pitcar *Service*) dengan nilai preferensi 0,2556. Peringkat kedelapan yaitu Alternatif 4 (Melakukan analisis berdasarkan data penjualan untuk keberlangsungan bisnis) dengan nilai preferensi 0,1853 dan peringkat terakhir yaitu Alternatif 7 (Menyediakan layanan perawatan mobil dengan bahan bakar alternatif) dengan nilai preferensi 0,0007. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks kriteria dan prioritas yang ditetapkan, pilihan terbaik adalah fokus pada peningkatan kualitas mekanik melalui investasi dalam pelatihan dan sertifikasi tambahan. Strategi ini dianggap memiliki dampak yang paling signifikan terhadap tujuan pemasaran Pitcar *Service* saat ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan implementasi metode *Analytical Hierarchy Process – Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (AHP TOPSIS)* untuk menentukan prioritas strategi pemasaran pada studi kasus Pitcar *Service* terdapat beberapa saran, diantaranya :

1. Pitcar *Service* disarankan segera melakukan peningkatan kualitas mekanik dengan pelatihan dan sertifikasi tambahan untuk meningkatkan pemasaran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sistem pendukung keputusan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran berbasis *website* pada industri terkait.