

## BAB V

### PENUTUPAN

#### A. Kesimpulan

1. *Manggala Motor menggunakan metode bauran pemasaran dalam pengelolaan pelanggan* , dimana menurut E. Jerome McCarthy, 4P terdapat 4 jenis variabel utama dalam strategi pemasaran ( *produk, harga, lokasi dan promosi*). *Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa komunikasi pemasaran Bengkel Manggala Motor cukup baik dalam pengelolaan pelanggan, terlihat dari empat variabel (4P), produk /jasa yang ditawarkan kepada konsumen dapat dipahami sebagai jujur dan ramah. layanan mekanik. harus bisa menangani. Harganya tentu standar di antara bengkel-bengkel lain dan tidak banyak mendatangkan keuntungan, seringkali menawarkan diskon dan potongan harga untuk orang-orang tertentu atau pada waktu-waktu tertentu. Untuk venue sendiri yang terletak di sekitar penginapan dan kini sudah menjadi pelanggan tetap banyak warga, workshop tersebut memberikan kesan tempat yang mengundang dan semakin banyak pelanggan yang merekomendasikannya secara lisan dan langsung di lingkungannya untuk beraksi. Workshop manggala ini juga terus berpromosi melalui media sosial.*
2. Saat ini minat pelanggan meningkat, sebelumnya pendapatan hanya puluhan juta/tahun, namun dalam 5 tahun terakhir setelah 2017, pendapatan mencapai ratusan juta/tahun. Meningkatkan perhatian pelanggan bukanlah hal yang mudah, membutuhkan kerja yang terus menerus, *Bengkel Manggala* berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan harga yang terjangkau, siap menerima kritik dan saran serta tetap konsisten menghadirkan promo-promo spesial dari selanjutnya untuk Anda buat setiap hari. . pribadi dan meminta bantuan. Tentunya untuk lebih dikenal masyarakat, pihak bengkel manggala kerap melakukan evaluasi terhadap performa sambal tersebut. Tentunya selalu menjaga kebersihan dan ketertiban tempat kerja, karena hal ini akan mempengaruhi kenyamanan customer dan mekanik sendiri yang membantu. jika peralatan tersedia.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti di *bengkel Manggala* menyarankan bahwa masih ada hal yang perlu diperbaiki dalam *strategi/variabel promosi* yaitu penggunaan media sosial agar lebih efektif. Distrik mengetahuinya dengan cepat, dan itu juga berlaku untuk pengendara lain yang lewat. Penting juga untuk menjalin hubungan baik dan keintiman emosional dengan pelanggan, tentunya hal ini setidaknya akan berdampak positif bagi keberadaan pelanggan, dan sangat disarankan agar setiap mekanik berkomunikasi dengan ramah, sopan dan santun. dan sudah seharusnya bengkel Manggala juga memikirkan alternative lain untuk membuka cabang baru dengan begitu nantinya tentu akan menambah pemasukan di bengkel Manggala motor .

Selain itu, peneliti juga ingin merekomendasikan bengkel manggala ini kepada masyarakat sekitar karena bengkel ini menawarkan tingkat pengerjaan yang baik dengan harga yang terjangkau dan yang terpenting nyaman dalam perawatannya.

