

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Perkembangan PT. ASTRA HONDA MOTOR cukup pesat dari tahun ketahun baik dari segi mutu dan pangsa pasar yang luas, ini terbukti dengan tersebarnya dealer-dealer spedamotor merk HONDA diseluruh Nusantara dan ekspor kenegara-negara di Asia.
2. Kerja sama antara PT. ASTRA INTERNATIONAL (Tbk) dengan HONDA MOTOR COMPANY merupakan contoh kerja sama yang baik antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Ini terbukti dengan telah lamanya terjalin kerja sama antara perusahaan tersebut.
3. Kehadiran PT. ASTRA HONDA MOTOR memberikan dampak positif bagi masyarakat dan negara karena adanya PT. ASTRA HONDA MOTOR telah membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat yang berarti mengikuti program pemerintah dalam menanggulangi pengangguran.
4. Strategi distribusi yang diterapkan pada PT. ASTRA HONDA MOTOR adalah distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi yang dipakai adalah SPV Corporasi dikarenakan tahap-tahap Produksi dan

Distribusi dibawah satu kepemilikan yaitu PT. ASTRA INTERNASIONAL ( Tbk ).

## B. Saran-saran

1. Perusahaan harus tetap mempertahankan dan meningkatkan mutu produksi serta memperluas jaringan pasar yang telah ada.
2. Perusahaan hendaknya tetap menjaga kerja sama yang baik antara satu perusahaan dengan perusahaan lain, sehingga tercipta kerja sama yang harmonis.
3. Perusahaan harus tetap memberikan peluang dan kesempatan bagi anak bangsa juga memberikan pelatihan-pelatihan bagi karyawan baru / lama, hal ini sangat dapat meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dibidangnya.
4. Dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan khususnya pemasaran, hendaknya perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pihak pemasaran pun harus jeli dalam menganalisa situasi dan kondisi pasarg terus berubah seiring dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang juga berubah. Berpartisipasi secara konsisten pelaksanaan kebijakan mutu dan menjaga kepuasan pelanggan sesuai dengan telah dianugerahkannya " The Best In Achieving Costumer Satisfaction

Towards Product Quality " dalam kategori motorcycle dari Indonesian Consumer / Costumer Satisfaction Award ( ICSA ) mengenai kepuasan konsumen atau pelanggan yang dilaksanakan secara Nasional.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alex. S. Nitisemito, *Marketing*, Penerbit Liberti, Yogyakarta 1997.
- C. Northcote Parkinson, *Marketing Potensial*, Dahara Prize, Semarang 1993.
- Gito Sudarmo Indriyo. H. M.Com(Hons).Drs, *Manajemen pemasaran*, edisi I, BPFE, Yogyakarta 1999.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit FE UI, Jakarta 1993.
- Kotler Philip, (1990), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, edisi IV, Cv Intermedia, Jakarta 1990.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, edisi II, Erlangga 1990.
- Kotler Philip, *Marketing Management*, Prentice Hall, 1998.
- LP. Bucklin, *A Theory Of Distribution Channel Structure*, Barkley Institute Of Business Economic Research, University Of California 1996.
- Swastha Basu & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Liberti, Yogyakarta 1992.
- William. J. Staton, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberti, Yogyakarta 1990.