

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan bagaimana peranan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia ( Persero ) DAOP VI Stasiun Besar Yogyakarta serta untuk mencari tahu dan mengamati apa saja upaya dalam melakukan peranan bauran pemasaran guna meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konusmen agar Kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh DAOP VI Stasiun Besar Yogyakarta telah menunjukkan efektifitas serta efisiensi yang cukup baik. Selain itu dengan berjalannya waktu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Stasiun Besar Yogyakarta mengalami perkembangan dan mempercayai konsumen dengan kualitas pelayanan memasarkan produk, harga, promosi dan tempat. Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang ada di dalam laporan tugas akhir ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk
  - A. Basic Comfort Kereta, memberikan kenyamanan penumpang
  - B. Pemenuhan SF Gapeka (SF Baku) atau jadwal keberangkatan Kereta Api
  - C. Memperpanjang atau menambah perjalanan Kereta Api
  - D. Relokasi Rangkaian
  - E. Peningkatan kepedulian front liner

## 2. Harga

### A. Discount Tarif

## 3. Promosi

### A. Penyebaran Leaflet jadwal KA & Promosi melalui media cetak

### B. Informasi melalui website

### C. Marketing Public Relation

## 4. Distribusi

### A. Ticketing On-Line

### B. Keagenan On-Line

Jadi , peranan Bauran Pemasaran yang di lakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia ( Persero ) DAOP VI Stasiun Besar Yogyakarta sangatlah berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan. Dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, agar seluruh calon pembeli merasa puas serta mengetahui dan tertarik akan sistem dan peranan yang di gunakan perusahaan.