

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

- A. Dari Uji Hipotesis, dapat dilihat ketidakpuasan yang dirasakan konsumen. Ketidakpuasan konsumen ditunjukkan jika rata - rata tingkat performansi lebih kecil dibandingkan dengan tingkat kepentingan ( $Z_{Hitung} < Z_{\alpha}$ ) pada taraf nyata 0,05.

Tabel 6.1  
Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen Akhir

No.	Pernyataan	Kesimpulan
1	Keberagaman produk yang dapat dibuat / dipesan	Tidak Puas
2	Keberagaman kain yang tersedia untuk membuat produk	Puas
3	Kualitas jahitan yang baik	Tidak Puas
4	Kualitas sablon / bordir yang baik	Tidak Puas
5	Kualitas bordir yang baik	Tidak Puas
6	Kesesuaian ukuran dengan yang dipesan	Tidak Puas
7	Kesesuaian model dengan yang dipesan	Tidak Puas
8	Kesesuaian bahan dengan yang dipesan	Puas
9	Kesesuaian warna sablon dengan yang dipesan	Puas
10	Kesesuaian gambar sablon dengan yang dipesan	Tidak Puas
11	Kerapihan kemasan produk saat sampai ke konsumen	Tidak Puas
12	Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dibuat	Tidak Puas
13	Adanya potongan harga apabila memesan dengan jumlah tertentu	Puas
14	Pembayaran dapat dicicil	Puas
15	Media promosi dengan menggunakan media elektronik	Tidak Puas
16	Kemudahan proses pemesanan (by phone, by email, dsb... )	Puas
17	Kemudahan proses pembayaran (Kartu Kredit, Giro, Cek, dsb..)	Tidak Puas
18	Kemudahan proses pengiriman (Barang dapat dikirim ke berbagai tempat)	Tidak Puas
19	Kepastian waktu lama pembuatan produk	Tidak Puas
20	Pekerja sedia dan siap membantu bila ada masalah / keluhan	Tidak Puas
21	Keramahan Pekerja dalam melayani pelanggan	Puas
22	Pekerja dapat memberikan saran design / bahan untuk produk yang dipesan	Puas
23	Indentitas perusahaan yang jelas	Puas
24	Adanya garansi bila ada barang yang cacat	Puas

Tabel 6.2  
Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen *Reseller*

No.	Pernyataan	Kesimpulan
1	Keberagaman produk yang dapat dibuat / dipesan	Tidak Puas
2	Keberagaman kain yang tersedia untuk membuat produk	Puas
3	Kualitas jahitan yang baik	Tidak Puas
4	Kualitas sablon / bordir yang baik	Puas
5	Kualitas bordir yang baik	Puas
6	Kesesuaian ukuran dengan yang dipesan	Tidak Puas
7	Kesesuaian model dengan yang dipesan	Tidak Puas
8	Kesesuaian bahan dengan yang dipesan	Tidak Puas
9	Kesesuaian warna sablon dengan yang dipesan	Tidak Puas
10	Kesesuaian gambar sablon dengan yang dipesan	Tidak Puas
11	Kerapihan kemasan produk saat sampai ke konsumen	Puas
12	Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dibuat	Tidak Puas
13	Adanya potongan harga apabila memesan dengan jumlah tertentu	Tidak Puas
14	Pembayaran dapat dicicil	Puas
15	Media promosi dengan menggunakan media elektronik	Tidak Puas
16	Kemudahan proses pemesanan (by phone, by email, dsb... )	Tidak Puas
17	Kemudahan proses pembayaran (Kartu Kredit, Giro, Cek, dsb..)	Tidak Puas
18	Kemudahan proses pengiriman (Barang dapat dikirim ke berbagai tempat)	Tidak Puas
19	Kepastian waktu lama pembuatan produk	Tidak Puas
20	Pekerja sedia dan siap membantu bila ada masalah / keluhan	Puas
21	Keramahan Pekerja dalam melayani pelanggan	Puas
22	Pekerja dapat memberikan saran design / bahan untuk produk yang dipesan	Puas
23	Identitas perusahaan yang jelas	Puas
24	Adanya garansi bila ada barang yang cacat	Tidak Puas

- B. Berdasarkan hasil dari Matriks SWOT, dan strategi intensif yang terpilih dari hasil hasil *total attractiveness score* (TAS) terbesar untuk kedua *segmen* adalah Strategi 1 (*Product Development*). Berikut adalah rangkumannya:

Tabel 6.3  
Rangkuman Strategi Intensif Terpilih (konsumen akhir)

Jenis Strategi	Strategi	Alternatif Strategi
Product Development	SO	Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan pelayanan serta pengetahuan pekerja tentang bahan dan design fashion terbaru
	WO	Meningkatkan kualitas dan pengawasan QC untuk menjaga citra baik dan mendapatkan potential user
		Meminjam modal untuk mengadakan pelatihan dan melakukan perbaikan mesin - mesin untuk mempersingkat waktu produksi
	ST	Mengadakan pelatihan produksi kepada para pekerja
		Menjaga kualitas produk agar tetap baik
	WT	Melakukan pelatihan produksi kepada para pekerja Mengikuti atau memperbaiki teknik produksi untuk mempersingkat waktu produksi

Tabel 6.4  
Rangkuman Strategi Intensif Terpilih (*Reseller*)

Jenis Strategi	Strategi	Alternatif Strategi
Product Development	SO	Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan pelayanan serta pengetahuan pekerja tentang bahan dan design fashion terbaru
	WO	Meningatkan kualitas dan pengawasan QC untuk menjaga citra baik dan mendapatkan potential user
		Meminjam modal untuk mengadakan pelatihan dan melakukan perbaikan mesin - mesin untuk
		mempersingkat waktu produksi
	ST	Mengadakan pelatihan produksi kepada para pekerja
		Menjaga kualitas produk agar tetap baik
	WT	Melakukan pelatihan produksi kepada para pekerja
		Mengikuti atau memperbaiki teknik produksi untuk mempersingkat waktu produksi

C. Berdasarkan hasil dari kuesioner penelitian, dapat disimpulkan strategi dan positioning yang tepat bagi perusahaan. Pola targeting yang digunakan adalah *Selective Specialization*. Maksudnya adalah perusahaan menyeleksi beberapa segmen. Segmen yang dipilih mungkin tidak saling berhubungan atau membentuk sinergi, tetapi masing – masing segmen menjanjikan uang. Strategi ini lebih dipilih oleh perusahaan untuk menghindari kerugian, walaupun salah satu segmennya tidak produktif, tetapi perusahaan tetap memperoleh pendapatan dari segmen yang lain.

Tabel 6.5  
Targeting konsumen akhir

Segmentasi		
Demografi	Pekerjaan	Pelajar
		Wiraswasta
		Pegawai
Geografi	Tempat Tinggal	Bandung
		Jakarta
Psikografi	Cara Pembayaran yang Diminati	Tunai
		Transfer
Tingkah Laku	Alasan Membeli Produk	Konsumsi Pribadi / Kelompok
	Barang yang Sering Dipesan	T-Shirt
		Jaket
		Kemeja
		Polo
		Hoodie
		Jersey
	Bank yang Digunakan Untuk Bertransaksi	BCA
		Mandiri
		BNI
	Cara Mendapatkan Info Perusahaan	Broadcast BBM
		Forum Online
Dilakukan Ketika Menerima Produk Cacat	Dikembalikan & Meminta Ganti Baru	
	Meminta Perbaikan	

Tabel 6.6  
*Targeting konsumen reseller*

Segmentasi		
Demografi	Pekerjaan	Wiraswasta
		Ibu Rumah Tangga
Geografi	Tempat Tinggal	Bandung
		Purwakarta
Psikografi	Cara Pembayaran yang Diminati	Tunai
		Transfer
Tingkah Laku	Alasan Membeli Produk	Dijual Kembali
	Barang yang Sering Dipesan	T-Shirt
		Jaket
		Kemeja
		Hoodie
		Jersey
	Bank yang Digunakan Untuk Bertransaksi	BCA
		BNI
	Cara Mendapatkan Info Perusahaan	Teman / Keluarga
		Broadcast BBM
		Forum Online
	Dilakukan Ketika Menerima Produk Cacat	Dikembalikan & Meminta Ganti Baru
Meminta Potongan Harga		
Meminta Perbaikan		
Tidak Kembali Untuk Memesan		

Usulan yang diberikan penulis adalah berupa slogan yaitu : “CV. X, Harga sahabat, Kualitas dunia.” Maksud dari slogan tersebut adalah, konsumen mendapatkan barang pesanan dengan harga yang murah, namun berkualitas.

## 6.2 Saran

### Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Melakukan penelitian tentang persaingan dengan *competitor* (*Correspondence Analysis* (CA)).
2. Melakukan penelitian tentang kesenjangan (gap) antara Harapan dengan Persepsi dalam setiap variabel (*Importance Performance Analysis* (IPA)).
3. Melakukan *Internal* dan *External Factor Evaluation Matrix* dengan maksimal 15 variabel agar penelitian lebih terfokus.