

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian yang didapat :

1. Faktor-faktor yang dipentingkan konsumen untuk membeli produk *membership fitness centre* adalah sebagai berikut :

Tabel 6.1
Faktor- Faktor Yang Dipentingkan Konsumen

Variabel	Atribut
Product	Fasilitas alat angkat beban di tempat <i>gym</i> lengkap
	Jumlah <i>Treadmill</i> yang memadai sehingga saat digunakan tidak perlu menunggu
	Area tempat <i>gym</i> yang besar
	Penempatan alat <i>gym</i> tidak berdekatan
	Alat <i>gym</i> yang rusak cepat diperbaiki atau diganti
	Jumlah kelas <i>aerobic</i> yang disediakan banyak
	Jenis kelas <i>aerobic</i> yang disediakan bervariasi
	Jadwal kelas <i>aerobic</i> sesuai dengan jam konsumen
	Jumlah lemari <i>Locker</i> yang banyak
	Ukuran lemari <i>Locker</i> yang besar
Physical Evidence	Gantungan kunci <i>locker</i> memiliki bentuk yang mudah dibawa ketika berolahraga
	Kestabilan penunjuk angka timbangan badan
	Televisi yang disediakan memiliki gambar bersih
	Lagu yang diperdengarkan membuat semangat
	<i>Speaker</i> yang disediakan memiliki suara jernih
Process	Banyaknya cermin yang tersedia di tempat <i>gym</i>
	Banyaknya cermin yang tersedia di ruang <i>locker</i>
	Kebersihan cermin yang selalu di jaga
	Kebersihan kamar mandi yang selalu di jaga
	Suhu air yang panas dan dingin untuk mandi
	Deras air yang keluar besar untuk mandi
	Sabun untuk mandi selalu tersedia
	Ketebalan handuk yang nyaman digunakan
Aroma handuk yang segar digunakan	
Price	Merk air minum yang disediakan
	Air minum di tempat dispenser selalu tersedia
Promotion	Harga yang dibayar sesuai dengan jumlah alat yang tersedia
	Harga yang dibayar sesuai dengan variasi alat yang tersedia
Place	Terdapat berbagai jenis paket <i>membership</i> (1 bulan, 6 bulan, 12 bulan Dll)
	<i>Merchandise</i> bonus memiliki banyak pilihan jenis
	Kebersihan di tempat <i>gym</i> selalu dijaga
People	Kebersihan di kelas <i>aerobic</i> selalu dijaga
	<i>Cafe</i> didalam <i>gym</i> menyediakan makanan sehat
	<i>Personal Trainer</i> mengajarkan pemakaian alat fitness dengan baik
	<i>Personal Trainer</i> memberikan pengarahan tentang pola latihan yang baik
	<i>Instructor</i> fitness jaga bekerja dengan profesional tanpa meminta tambahan biaya
	<i>Instructor</i> fitness ramah terhadap respon konsumen
	<i>Receptionist</i> dapat menjelaskan informasi produk <i>membership</i> dengan baik
<i>Receptionist</i> dapat menjelaskan informasi fasilitas tempat fitness dengan baik	
Identitas <i>Instructor</i> , <i>Personal Trainer</i> dan karyawan dibedakan melalui seragam & name tag	

2. Keunggulan dan kelemahan dari Helios Fitness – Festival City Link Bandung dibandingkan dengan produk pesaing adalah sebagai berikut :

- Keunggulan
 - Area tempat gym yang besar untuk berolahraga
 - Penempatan alat gym tidak berdekatan sehingga pemakaian alat dapat digunakan dengan leluasa
 - Jenis kelas aerobic yang disediakan bervariasi untuk konsumen
 - Televisi yang disediakan memiliki gambar bersih
 - Lagu yang diperdengarkan membuat semangat yaitu lagu *pop*
 - Banyaknya cermin yang tersedia di ruang locker
 - Kebersihan cermin yang selalu di jaga di locker, ruang *aerobic* dan tempat gym
 - Kebersihan kamar mandi yang selalu di jaga
 - Deras air yang keluar besar untuk mandi
 - Sabun untuk mandi selalu tersedia ketika akan digunakan
 - Aroma handuk yang segar digunakan
 - Merchandise bonus memiliki banyak pilihan jenis sehingga konsumen dapat memilih bonus yang diinginkan
 - Kebersihan di tempat gym selalu dijaga
 - Personal Trainer memberikan pengarahan tentang pola latihan yang baik
 - Identitas Instructor, Personal Trainer dan karyawan dibedakan melalui seragam & name tag

- Kelemahan
 - Fasilitas alat angkat beban di tempat gym lengkap sehingga konsumen dapat memakai alat dengan lengkap

- Jumlah Treadmill yang memadai sehingga saat digunakan tidak perlu menunggu jika konsumen ingin berolahraga di saat kapanpun.
- Alat gym yang rusak cepat diperbaiki atau diganti oleh *management*
- Jumlah kelas aerobik yang disediakan banyak agar konsumen tidak perlu khawatir jika datang di jam kunjungan ramai tetap dapat mengikuti kelas
- Jadwal kelas aerobik sesuai dengan jam konsumen dengan aktivitas nya masing - masing
- Jumlah lemari Locker yang banyak agar konsumen mendapatkan locker yang sama
- Ukuran lemari Locker yang besar sehingga konsumen dapat menyimpan barang dengan rapih
- Kunci locker memiliki bentuk yang mudah dibawa ketika berolahraga
- Kestabilan penunjuk angka timbangan badan agar konsumen dapat mengukur berat badan nya dengan baik
- Speaker yang disediakan memiliki suara jernih sehingga konsumen dapat berolahraga dengan nyaman
- Banyaknya cermin yang tersedia di tempat gym untuk mengetahui apakah gerakan yang dilakukan benar
- Suhu air yang panas dan dingin untuk mandi dapat digunakan kapanpun
- Ketebalan handuk yang nyaman digunakan
- Merk air minum yang disediakan dengan tingkat kepercayaan konsumen yang paling banyak yaitu merk Aqua
- Air minum di tempat dispenser selalu tersedia
- Harga yang dibayar sesuai dengan jumlah dan variasi alat yang tersedia

- Terdapat berbagai jenis paket membership (1 bulan, 6 bulan, 12 bulan Dll) sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan anggaran dananya masing-masing
 - Kebersihan di kelas aerobik selalu dijaga
 - Cafe di dalam gym menyediakan makanan sehat yaitu tinggi protein dan rendah lemak
 - Personal Trainer mengajarkan pemakaian alat fitness dengan baik
 - Instructor fitness jaga bekerja dengan profesional tanpa meminta tambahan biaya
 - Instructor fitness ramah terhadap respon konsumen jika belum mengetahui pemakaian alat yang baik dan benar
 - Receptionist dapat menjelaskan informasi produk dan fasilitas membership dengan baik
3. Kepuasan konsumen terhadap Helios Fitness – Festival City Link Bandung.
- Semua variabel tidak puas untuk konsumen Helios Fitness – Festival City Link Bandung

4. Strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan saat ini untuk menghadapi pesaing.

Tabel 6.2
Variabel Perbaikan Untuk Menghadapi Pesaing

Skala Prioritas Perbaikan	No Variabel	Variabel
1	6	Jumlah kelas <i>aerobic</i> yang disediakan banyak
	11	Gantungan kunci <i>locker</i> memiliki bentuk yang mudah dibawa ketika berolahraga
	36	<i>Instructor</i> fitness jaga bekerja dengan profesional tanpa meminta tambahan biaya
	32	Kebersihan di kelas <i>aerobic</i> selalu dijaga
	1	Fasilitas alat angkat beban di tempat <i>gym</i> lengkap
	38	<i>Receptionist</i> dapat menjelaskan informasi produk <i>membership</i> dengan baik
	10	Ukuran lemari <i>Locker</i> yang besar
2	34	<i>Personal Trainer</i> mengajarkan pemakaian alat fitness dengan baik
	37	<i>Instructor</i> fitness ramah terhadap respon konsumen
	28	Harga yang dibayar sesuai dengan variasi alat yang tersedia
	25	Merk air minum yang disediakan
	20	Suhu air yang panas dan dingin untuk mandi
3	8	Jadwal kelas <i>aerobic</i> sesuai dengan jam konsumen
	33	<i>Cafe</i> didalam <i>gym</i> menyediakan makanan sehat
	26	Air minum di tempat dispenser selalu tersedia
	27	Harga yang dibayar sesuai dengan jumlah alat yang tersedia
	2	Jumlah <i>Treadmill</i> yang memadai sehingga saat digunakan tidak perlu menunggu
	39	<i>Receptionist</i> dapat menjelaskan informasi fasilitas tempat fitness dengan baik
	29	Terdapat berbagai jenis paket <i>membership</i> (1 bulan, 6 bulan, 12 bulan Dll)
4	5	Alat <i>gym</i> yang rusak cepat diperbaiki atau diganti
	12	Kestabilan penunjuk angka timbangan badan
	15	<i>Speaker</i> yang disediakan memiliki suara jernih
	9	Jumlah lemari <i>Locker</i> yang banyak
	23	Ketebalan handuk yang nyaman digunakan
5	16	Banyaknya cermin yang tersedia di tempat <i>gym</i>
	40	Identitas <i>Instructor</i> , <i>Personal Trainer</i> dan karyawan dibedakan melalui seragam & <i>name tag</i>
	31	Kebersihan di tempat <i>gym</i> selalu dijaga
	13	Televisi yang disediakan memiliki gambar bersih
	18	Kebersihan cermin yang selalu di jaga
	35	<i>Personal Trainer</i> memberikan pengarahannya tentang pola latihan yang baik
	3	Area tempat <i>gym</i> yang besar
6	24	Aroma handuk yang segar digunakan
	4	Penempatan alat <i>gym</i> tidak berdekatan
	7	Jenis kelas <i>aerobic</i> yang disediakan bervariasi
7	22	Sabun untuk mandi selalu tersedia
	21	Deras air yang keluar besar untuk mandi
	17	Banyaknya cermin yang tersedia di ruang <i>locker</i>
	14	Lagu yang diperdengarkan membuat semangat
	19	Kebersihan kamar mandi yang selalu di jaga
	30	<i>Merchandise</i> bonus memiliki banyak pilihan jenis

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang mempengaruhi penjualan *membership fitness centre*.
2. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penentuan perusahaan pesaing dengan menanyakan langsung kepada responden, karena jika penentuan perusahaan pesaing melalui hasil wawancara dengan *manager Helios Fitness – Festival City Link Bandung* tidak memiliki keakuratan data yang baik.
3. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa jumlah dan ukuran lemari locker di *Helios Fitness – Festival City Link Bandung* belum sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk usulan penambahan jumlah dan ukuran lemari locker.