

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan pengujian statistik pada variabel-variabel bauran pemasaran dan juga pembelian ulang responden yang terjadi pada AnimeXtreme.com, penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil data yang telah diolah sebagai berikut:

1. Dari tabel 4.1 sampai tabel 4.7 dapat ditarik kesimpulan:
  - a. Ada lima kesenjangan terbesar antara ekspektasi dan persepsi terjadi pada:
    - o Atribut harga CD yang ditawarkan sudah termasuk biaya pengiriman yaitu 154.
    - o Kemudian kesenjangan terbesar kedua terjadi pada atribut tersedianya CD dalam bentuk original yaitu sebesar 115.
    - o Kesenjangan terbesar selanjutnya terjadi pada kecepatan pengirim ulang bagi claim yang terjadi yaitu sebesar 112.
    - o Kesenjangan selanjutnya terjadi pada harga CD yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yaitu sebesar 99.
    - o Dan kesenjangan selanjutnya terjadi pada kecepattanggapan (respon) terhadap claim apabila terjadi kerusakan yaitu sebesar 98.

Hal ini berarti responden masih merasa bahwa pelaksanaan dari bauran pemasaran harga dan pelaku masih dirasakan kurang baik dan belum sesuai

dengan apa yang mereka ekspektasikan. Sehingga tingkat kepuasan yang didapat akan atribut-atribut tersebut pun menjadi rendah.

b. Ada lima kesenjangan terkecil antara ekspektasi dan persepsi responden terdapat pada:

- o Media homepage yang kreatif dan menarik sebesar 24.
- o Kesenjangan kedua terkecil adalah address homepage yang mudah diingat sebesar 25.
- o Kesenjangan terkecil selanjutnya terjadi pada media homepage sudah cukup memberi informasi yaitu sebesar 36.
- o Kesenjangan selanjutnya terjadi pada sekalipun harga yang ditawarkan lebih mahal dari harga pasaran tetapi kualitasnya lebih baik, yaitu sebesar 37.
- o Dan kesenjangan selanjutnya terjadi pada adanya bonus pembelian dalam jumlah tertentu membuat lebih banyak membeli dan pada iklan pada media cetak membuat saya melakukan pembelian yaitu sebesar 41.

Ini adalah keadaan yang terbaik, yang bisa didapat oleh AnimeXtreme.com dimana persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran yang telah dilaksanakan tidak terlalu besar kesenjanganannya terhadap ekspektasi/harapan mereka terhadap AnimeXtreme.com.

c. Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa bauran pemasaran yang telah dilaksanakan , responden merasa kurang setuju untuk melakukan pembelian maupun pembelian ulang di AnimeXtreme.com dengan persentase yang berbeda-beda. Sebanyak 69% kurang setuju dan 20%

tidak setuju untuk memilih AnimeXtreme.com dan menyatakan memilih vendor lain, sedangkan 83% responden kurang setuju dan 10% tidak setuju AnimeXtreme.com merupakan pilihan utama untuk pembelian VCD dengan genre animasi jepang. Sebanyak 79% kurang setuju dan 13% tidak setuju untuk melakukan pembelian di AnimeXtreme.com.

2. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon (Wilcoxon Matched Pairs Sign Rank Test), untuk melihat kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi responden pada AnimeXtreme.com, ternyata  $H_0$  ditolak, dimana  $P_{hitung} = 0,0026 < \alpha = 0,05$ , artinya ada perbedaan antara persepsi responden terhadap atribut yang ditawarkan dengan ekspektasinya, dimana  $Z = -2,796525099$  menandakan bahwa persepsi lebih kecil dari ekspektasi/harapannya. Hal ini berarti kenyataan yang dirasakan oleh konsumen (persepsi konsumen) belum sebaik ekspektasi mereka akan pelaksanaan yang telah dilaksanakan oleh AnimeXtreme.com.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi AnimeXtreme.com sebagai berikut:

1. Dari tabel 4.1. sampai dengan tabel 4.7. penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:
  - a. Karena dilihat dari lima kesenjangan yang terbesar terjadi:
    - o Pada harga CD yang ditawarkan sudah termasuk biaya pengiriman, maka AnimeXtreme.com hendaknya perlu meninjau ulang dengan

kebijaksanaan pembebasan biaya pengiriman, dimana saat ini dirasa masih kurang baik oleh para konsumen, tentunya dengan pembebasan biaya pengiriman maka konsumen akan merasa lebih puas dengan AnimeXtreme.com dan juga tidak akan memusingkan dalam perhitungan biaya total yang harus dibayar oleh konsumen.

- Selain itu juga AnimeXtreme.com juga perlu memperhatikan kebutuhan konsumen dari judul-judul film yang dijualnya dalam bentuk original dengan cara menyarankan supplier yang ada untuk menyediakan CD dalam bentuk original, namun akibat kurang diperhatikan keberadaan dari CD bentuk original tersebut, menyebabkan konsumen menjadi kurang puas atau bahkan kecewa. Peningkatan dijualnya CD dalam bentuk original tersebut misalnya dengan memperdalam hubungan baik dengan supplier yang ada, menyarankan agar mengeluarkan CD dalam bentuk original.
- Untuk kesenjangan yang terjadi pada kecepatan pengiriman ulang bagi claim yang terjadi, mungkin dapat dilakukan dengan adanya penjadwalan pengiriman juga untuk claim yang terjadi, dengan tidak mengesampingkan pesanan yang ada.
- Untuk kesenjangan yang terjadi pada harga yang ditawarkan sudah sesuai, mungkin dapat ditinjau ulang lagi bagi perusahaan pada kebijaksanaan harganya yaitu persentase mark up pricenya.
- Untuk kesenjangan yang terjadi pada kecepattanggapan terhadap claim apabila terjadi kerusakan, sebaiknya perusahaan juga

melakukan penjadwalan dalam menanggapi pesanan juga claim yang ada.

- b. Untuk lima kesenjangan terkecil, penulis menyarankan:
- Pada atribut desain homepage yang kreatif dan menarik, kesenjangan yang terjadi cukup kecil. Hal ini harus dipertahankan kalau perlu ditingkatkan sehingga sesuai dengan ekspektasi/harapan dari konsumen. Salah satu cara untuk menjaga agar homepage yang ada tetap kreatif dan menarik adalah dengan pemberian pelatihan atau training kepada staf bagian homepage desain dan informasi, memberikan dukungan dalam bentuk materi ataupun buku-buku, sumber acuan untuk meningkatkan kinerja dari staf bagian homepage desain dan informasi ini.
  - Untuk alamat homepage yang mudah diingat sebaiknya AnimeXtreme.com dapat membuat jalan pintas (shortcut), seperti singkatan supaya lebih dapat diingat, contohnya [www.a/x.com](http://www.a/x.com) atau [www.Anix.com](http://www.Anix.com) yang lebih memudahkan konsumen untuk mengingatnya.
  - Untuk media homepage sudah memberikan informasi sebaiknya informasi yang diberikan agar lebih bervariasi, seperti adanya ringkasan film, agar konsumen dapat membeli VCD sesuai dengan keinginannya.
  - Untuk atribut harga yang ditawarkan lebih mahal tetapi kualitasnya lebih baik, mungkin konsumen ingin mendapat lebih keringanan harga

- jual, tidak terlalu berbeda dengan yang dipasaran, jadi hendaknya untuk saran perusahaan untuk meninjau lagi kebijakan harga jualnya.
- o Pada iklan media cetak membuat saya melakukan pembelian, diharapkan iklan media cetak bisa sama atau lebih menarik lagi desainnya, dengan pertimbangan biayanya. Juga untuk bonus pembelian dalam jumlah tertentu, diharapkan untuk menurunkan ketentuan kuantitas untuk mendapatkan bonus, sebab masih dirasakan kurang memuaskan konsumen.
- c. Dilihat dari rendahnya persentase untuk sikap konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran AnimeXtreme.com, maka sebaiknya AnimeXtreme.com lebih meningkatkan lagi perhatiannya terhadap keinginan konsumen terutama dalam hal kebijakan harga dan juga pelaku. Perbaikan yang dapat dilakukan misalnya adanya pembebasan biaya pengiriman baik itu untuk dalam kota Bandung dan sekitarnya maupun untuk diluar kota Bandung, dan diperuntukan bukan hanya untuk konsumen yang telah memenuhi ketentuan potongan harga dan potongan kuantitas saja. Selain itu, kualitas gambar pada film mungkin perlu dibuat staf bagian yang tugasnya untuk menyeleksi film-film sebelum dilepas ke pasaran.
2. Oleh karena hasil dari penelitian ini adalah harapan lebih kecil dari persepsi konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran yang telah dilaksanakan oleh AnimeXtreme.com, maka AnimeXtreme.com dalam hal ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya untuk dapat memperkecil kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi konsumennya.