

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian ini penulis menarik beberapa kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen dikatakan penting apabila memberikan nilai 3 keatas pada pengisian kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa variabel yang dianggap cukup penting (memiliki nilai > 2.89).

Diantaranya sebagai berikut :

- Kelengkapan jenis body repair yang ditawarkan lengkap (las ketok, painting, dll).
- Kelengkapan alat-alat yang digunakan untuk melakukan body repair.
- Kemoderenan perlatan yang digunakan untuk body repair.
- Kualitas body repair.
- Kecepatan dalam proses body repair.
- Ketepatan waktu pengerjaan sesuai yang dijanjikan.
- Letak bengkal Bonti di tengah kota.
- Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.
- Frekuensi pemberian diskon.
- Jumlah diskon yang diberikan.
- Melakukan promosi menggunakan media social.
- Kemenarikan bentuk promosi yang dilakukan.
- Area parkir yang memadai.
- Kebersihan bengkel.
- Sirkulasi udara diruang tunggu.
- Kebersihan toilet.

- Keamanan dalam bengkel terhadap risiko kehilangan.
 - Fasilitas makanan dan minuman pada ruang menunggu.
 - Fasilitas hiburan yang terdapat pada ruang menunggu (Wifi, Tv, dll).
 - Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
 - Kemudahan dalam pembayaran (Tunai, debit dan kredit).
 - Kemudahan melakukan booking service.
2. Tingkat loyalitas konsumen terhadap Bengkel Bonti diketahui melalui hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Bengkel Bonti. Dari hasil kuesioner tersebut bahwa nilai loyalitas konsumen Bengkel Bonti berada pada nilai 2.9 sehingga dapat dikatakan bahwa loyalitas konsumen terhadap Bengkel Bonti tidak loyal.
3. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Bengkel Bonti, yaitu :
- *Segmentation*
Segmentation berdasarkan :
 - Demografis yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, uang saku yang di dapatkan, dan penghasilan.
 - Geografi yaitu wilayah tempat tinggal.
 - Psikografis yaitu proses sumber informasi, frekuensi kedatangan ke bengkel, dan faktor yang diutamakan.
 - *Targeting*
Targeting untuk Bengkel Bonti, yaitu :
 - Pria dan Wanita
 - Usia 23 - 40 tahun
 - Daerah tinggal Bandung Barat, Bandung Selatan, dan Jakarta
 - Pekerjaan Wiraswasta dan Pegawai Swasta
 - Uang saku > Rp 2.000.000 s/d Rp 4.000.000

- Penghasilan > Rp 3.000.000 - > Rp 6.000.000
- Sumber informasi Iklan di Internet / Sosial Media dan Teman
- Frekuensi kedatangan Bila terjadi kerusakan mobil
- Faktor yang diutamakan Kualitas

- *Positioning*

Bengkel Bonti memposisikan diri sebagai bengkel *Body Repair* yang memiliki kelengkapan jenis *Body Repair* yang ditawarkan, dan disertai keramahan karyawan dalam melayani konsumen. Diharapkan hal tersebut dapat melampaui ekspektasi bengkel *Body Repair* yang diharapkan oleh konsumen untuk memperbaiki setiap mobil yang rusak. Oleh karena itu, Bengkel Bonti dapat mempertahankan *positioning* yang sudah dilakukan saat ini. Adapun slogan yang dapat digunakan untuk mewakili Bengkel Bonti adalah **“LENGKAP PERALATANNYA, LENGKAP PULA PELAYANANNYA”**

4. Berdasarkan pengolahan data menggunakan regresi berganda, didapatkan bahwa adanya hubungan yang linear antara strategi bauran pemasaran (kepuasan konsumen) dengan loyalitas konsumen. Berdasarkan regresi berganda, diketahui terdapat 8 variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu Variabel Kebersihan Bengkel, Harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan, Kecepatan dalam proses body repair, Kemudahan dalam menemukan lokasi bengkel Bonti, Kerapuhan Karyawan, Fasilitas makanan dan minuman pada ruang menunggu, Kemudahan dalam pembayaran, dan Kebersihan Toilet. Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = -0.930 + 0.357 X_{17} + 0.252 X_{10} + 0.309 X_5 + 0.249 X_8 + 0.220 X_{25} - 0.303 X_{21} + 0.196 X_{26} + 0.173 X_{19}$$

Pada persamaan regresi, dapat dilihat bahwa 7 variabel memiliki pengaruh yang positif dan 1 variabel memiliki pengaruh yang negatif. Pengaruh yang positif memiliki arti yaitu apabila nilai variabel tersebut meningkat dalam performansi maka loyalitas konsumen akan

meningkat, sedangkan hubungan yang negatif apabila variabel tersebut meningkat dalam performansi maka loyalitas konsumen akan menurun.

5. Usulan strategi bauran pemasaran yang dapat diberikan kepada Bengkel Bonti agar dapat meningkatkan jumlah kedatangan kendaraan, yaitu :
 - Membuat beberapa variasi harga dan kualitas yang dihasilkan. Seperti perbedaan harga cat, jika menginginkan cat dengan hasil yang baik maka harus menggunakan produk cat yang baik pula dan harganya pun lebih mahal. Namun jika menginginkan kualitas cat yang biasa dapat menggunakan produk cat yang biasa pula. Begitu juga dengan proses pengerjaan yang lainnya.
 - Menambahkan cleaning service untuk menjaga dan membersihkan toilet yang ada.
 - Memperbaiki toilet yang sekarang dengan toilet yang lebih baik dan bersih dan membedakan toilet untuk pria dan wanita. Dilihat dari analisis STP yaitu konsumen yang datang ke Bengkel Bonti tidak hanya pria saja melainkan ada wanita yang datang untuk memperbaiki mobilnya, sehingga wanita akan lebih mementingkan kebersihan toilet.
 - Menambahkan cara pembayaran tidak hanya melalui uang tunai tapi ditambahkan dengan pembayaran melalui kartu debit ataupun kartu kredit. Dilihat dari analisis STP adalah konsumen yang datang ke bengkel bonti banyak dari kalangan wiraswasta sehingga jarang membawa uang tunai yang banyak, sehingga dengan adanya alat debit atau tunai maka konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi.
 - Memperbaiki sistem kerja yang ada dalam bengkel bonti sehingga proses pengerjaan dapat cepat diselesaikan.
 - Mencari orang yang berpengalaman dalam bidang *body repair* sehingga mampu mengerjakan dengan waktu yang cepat.

- Menambahkan *cleaning service* untuk menjaga dan membersihkan bengkel yang ada.
- Memberikan pengarahan kepada pekerja untuk membereskan setiap barang yang telah digunakan dan menyimpannya di tempat yang telah disediakan.
- Memberikan seragam untuk pekerja agar setiap pekerja kelihatan lebih rapih.
- Membuat peraturan terhadap pegawai untuk selalu berpakaian rapih saat bertemu dengan konsumen, terutama bagian penerima tamu.
- Bengkel Bonti bekerjasama dengan *provider* yang dapat memberikan jaringan yang tidak buruk sehingga koneksi internet dapat berjalan dengan lancar ketika konsumen menggunakan fasilitas GPSnya. Selain itu, dengan adanya kerjasama baik Bengkel Bonti dan *provider* tersebut dapat saling menguntungkan dengan adanya promosi. Dilihat dari analisis STP yaitu konsumen dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dan pelajar biasanya memiliki *gadget* yang dapat digunakan untuk menggunakan fasilitas *GPS*.. Oleh karena itu, konsumen dapat mencapai Bengkel Bonti dengan mudah berkat bantuan *GPS*.
- Membuat papan penunjuk jalan yang dengan jelas yang dapat menuntun konsumen menuju Bengkel Bonti dari belokan jalan soekarno hatta menuju jalan holis.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Bengkel Bonti untuk dapat meningkatkan jumlah kedatangan kendaraan. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Mengutamakan variabel yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen.

- Meningkatkan kinerja variabel yang dianggap penting oleh konsumen dan memiliki kinerja yang kurang baik.

