

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1. Karakteristik segmen pasar Produk kecantikan Salon Hawaii di Jakarta cukup baik, segmen pasar yang menjadi konsumen adalah pelanggan yang mempunyai karakteristik berpenghasilan menengah keatas, berusia produktif, lebih banyak pegawai swasta dan mempunyai loyalitas yang tinggi karena penawaran produk dari salon lain seringkali di tolak oleh konsumen.**
- 2. Loyalitas Konsumen Produk kecantikan Salon Hawaii di Jakarta dapat dikatakan cukup baik, terbukti nilai yang cukup tinggi dari hasil pengolahan data statistik untuk aspek Demografis, Geografis dan Psikografis terhadap loyalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut mendukung timbulnya loyalitas dan kedua aspek juga mendukung timbulnya pelayanan yang baik yang pada akhirnya menimbulkan pula loyalitas pelanggan.**
- 3. Adapun pengaruh karakteristik segmen pasar terhadap loyalitas pelanggan dapat disimpulkan mempunyai pengaruh yang signifikan, terutama aspek geografis mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas disusul oleh aspek psikografis, hal tersebut pada akhirnya menjelaskan bahwa hipotesis awal dalam skripsi ini dapat diterima.**

5.2 Saran

Seperti diketahui bahwa *aspek Demografis, Geografis dan Psikografis* hanyalah salah satu cara untuk mengukur loyalitas yang merupakan pesan kepuasan dari konsumen ke pemberi jasa agar produk yang digunakan oleh konsumen dapat dipertahankan kualitasnya dan yang pada akhirnya produk tersebut akan laku terjual. Dalam dunia usaha, apapun cara yang ditempuh dan dipilih, pada intinya adalah bagaimana membuat terobosan baru yang inovatif agar dapat meningkatkan penjualan.

Penulis pada kesempatan ini memberikan rekomendasi kepada Salon Hawaii untuk mengembangkan beberapa alternatif peningkatan penjualan – diluar upaya-upaya yang telah dilakukan saat ini – dengan cara penetrasi langsung ke pasaran dengan segmen market yang lebih beragam.

Disamping hal tersebut, penulis juga memberikan saran untuk melakukan survey pasar yang bertujuan untuk lebih mempertajam segmen pasar dari setiap produk yang dipasarkan sehingga mempunyai informasi hal-hal berikut :

1. Segmen usia berapa yang loyal?
2. Segmen strata ekonomi berapa yang loyal?
3. Berapa persen konsumen yang sangat loyal, loyal dan kurang loyal
4. Seberapa besar pengorbanan (*effort*) yang diperlukan untuk mempertahankan konsumen yang kurang loyal agar tidak menggunakan jasa salon lain?

Dengan adanya survey pasar yang menghasilkan informasi tersebut manajemen salon Hawaii dapat lebih fokus merancang sistem penjualan dan sistem pemasaran yang dapat langsung masuk ke dalam pasar sasaran.