

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah menguraikan mengenai kebijakan Segmentasi Pasar terhadap Loyalitas Konsumen di Perusahaan Matahari Pagi, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, antara lain :

1) Profil Responden

- Komposisi responden berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berusia antara 21 – 30 tahun dengan jumlah 26 orang responden, persentase 52 %.
- Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin pria dengan jumlah 28 orang responden, persentase 56 %.
- Komposisi responden berdasarkan status pernikahan, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berstatus menikah dengan jumlah 26 orang responden, persentase 52 %.
- Komposisi responden berdasarkan status pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berstatus sebagai wiraswasta dengan jumlah 35 orang responden, persentase 70 %.
- Komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki tingkat pendidikan SLTA dengan 22 orang responden, persentase 44 %.
- Komposisi responden berdasarkan tingkat pendapatan , dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak tingkat pendapatannya berkisar antara Rp

1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00 dengan 26 orang responden, persentase 52 %.

- Komposisi responden berdasarkan kota tempat tinggal, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak tinggal di Bandung Selatan dengan 18 orang responden, persentase 36 %.

2) Tanggapan Segmentasi

- Tanggapan responden mengenai seringnya melakukan pembelian produk MP di Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan kurang sering dengan 17 orang responden, persentase 34 %.
- Tanggapan responden mengenai seringnya mengkonsumsi produk MP yang dijual di Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sering dengan 17 orang responden, persentase 34 %.
- Tanggapan responden mengenai seringnya membeli produk MP untuk dijual kembali pada pihak lain, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat sering dengan 21 orang responden, persentase 42 %.
- Tanggapan responden mengenai seringnya membeli produk MP hanya untuk mengetahui serta mencoba kualitas, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sering dengan 19 orang responden, persentase 38 %.
- Tanggapan responden mengenai seringnya melakukan pembelian produk MP hanya pada saat-saat atau kejadian tertentu saja, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sering dengan 18 orang responden, persentase 36 %.

- Tanggapan responden mengenai kesesuaian kualitas dan rasa produk MP yang dijual di Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan konsumen, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dengan 29 orang responden, persentase 58 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian pelayanan yang diberikan Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 24 orang responden, persentase 48 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian antara manfaat yang didapat dari pembelian produk MP dengan harga yang dikeluarkan oleh pembeli, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan kurang setuju dengan 19 orang responden, persentase 38 %.
- Tanggapan responden mengenai unsur ekonomis penerapan segmentasi pasar yang dilakukan Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 20 orang responden, persentase 40 %.
- Tanggapan responden mengenai kemudahan pembelian produk MP bila tersedia di beberapa tempat, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 21 orang responden, persentase 42 %.
- Tanggapan responden mengenai pembelian produk MP dikarenakan harga sesuai dengan kualitas produk, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 18 orang responden, persentase 36 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian kecepatan pelayanan di Perusahaan Matahari Pagi, baik secara produk maupun jasa serta distribusi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden

terbanyak menyatakan setuju dengan 25 orang responden, persentase 50 %.

- Tanggapan responden mengenai kesesuaian kualitas pelayanan yang diberikan Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dengan 27 orang responden, persentase 54 %.

3) Tanggapan Kesetiaan

- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian ulang berdasarkan pengalaman responden setelah mencoba produk MP Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 20 orang responden, persentase 40 %.
- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian ulang setelah mengetahui lokasi Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 20 orang responden, persentase 40 %.
- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian kembali setelah mengetahui harga produk MP Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 17 orang responden, persentase 34 %.
- Tanggapan responden untuk tetap membeli produk MP setelah melihat produk lain yang memiliki kualitas dan rasa yang sama, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 18 orang responden, persentase 36 %.
- Tanggapan responden mengenai kesediaan untuk tetap membeli produk MP meskipun ada produk sejenis lainnya dengan harga yang lebih murah, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju

dengan 22 orang responden, persentase 44 %.

- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian ulang setelah mengetahui serta merasakan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 18 orang responden, persentase 36 %.
- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian ulang setelah mengetahui dan merasakan kualitas produk MP, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dan setuju dengan jumlah responden masing-masing 17 orang responden, persentase masing-masing 34%.
- Tanggapan responden untuk melakukan pembelian ulang setelah mengetahui serta merasakan kualitas jasa berupa kecepatan pelayanan Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 21 orang responden, persentase 42 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian ketepatan sasaran atau ketetapan saluran distribusi yang dilakukan Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan 21 orang responden, persentase 42 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk MP di Perusahaan Matahari Pagi, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dengan 18 orang responden, persentase 36 %.
- Tanggapan responden mengenai kesesuaian janji yang diberikan atau ditawarkan Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju dengan

29 orang responden, persentase 58 %.

- Tanggapan responden mengenai kesesuaian kemampuan memberikan kepuasan oleh Perusahaan Matahari Pagi dengan harapan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dengan 24 orang responden, persentase 48 %.
- Tanggapan responden mengenai kesediaannya untuk merekomendasikan Perusahaan Matahari Pagi kepada kerabat / saudara / keluarga, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan sangat setuju dan setuju dengan jumlah responden masing-masing 20 orang responden, persentase masing-masing 40 %.

4) Kesimpulan Korelasi (Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis)

- Besar Koefisien Korelasi yang diperoleh : $r_s = 0,988$, artinya terdapat hubungan yang tinggi / kuat antara penerapan segmentasi pasar dengan kesetiaan pelanggan karena hasil yang diperoleh positif, maka hubungan yang terjadi bersifat searah, artinya kenaikan variabel x diikuti oleh kenaikan variabel y atau sebaliknya, jika terjadi penurunan terhadap variabel x, maka akan diikuti pula oleh penurunan variabel Y.
- Besar Koefisien Determinasi yang diperoleh : $kd = 97,571\%$, artinya terdapat pengaruh yang tinggi / kuat, sedangkan sisanya sebesar 2,429 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti : positioning, differensiasi, bauran pemasaran, pelayanan dan proses.
- Uji Hipotesis, diperoleh t hitung sebesar 43,907 dan t tabel sebesar 1,6772. Artinya t hitung lebih besar daripada t tabel ($43,907 > 1,6772$), maka “ H_0 ditolak” dan “ H_1 diterima”, dengan demikian “ **Segmentasi Pasar (variabel**

x) berpengaruh terhadap Kesetiaan Konsumen (variabel y) pada Perusahaan Matahari Pagi. “

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh penulis yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan.

Saran-saran tersebut, antara lain :

1. Untuk mencapai tujuan Perusahaan Matahari Pagi dalam melakukan segmentasi pasar, perusahaan dapat membaginya menjadi : tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang sehingga perusahaan dapat lebih fokus terhadap tujuan yang hendak dicapai perusahaan di masa yang akan datang.
2. Dalam upaya memperoleh gambaran umum responden, sebaiknya penyebaran kuesioner diberikan kepada seluruh tingkat lapisan masyarakat agar hasil penelitian yang ada mewakili keseluruhan dan lebih akurat.
3. Penerapan segmentasi pasar berdasarkan perilaku pada Perusahaan Matahari Pagi sebaiknya terus ditingkatkan, agar berjalan dengan efektif dan efisien guna keberhasilan dan kesuksesan perusahaan di masa mendatang.
4. Perusahaan Matahari Pagi sebaiknya terus-menerus berupaya meningkatkan dan memperbaiki penerapan segmentasi pasar berdasarkan perilaku agar berjalan dengan efektif dan efisien karena berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa pengaruh segmentasi pasar berdasarkan perilaku dalam meningkatkan kesetiaan konsumen sangat tinggi / kuat.