

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepentingan variabel bauran pemasaran bagi konsumen di Jaya Telur :

- Kesegaran telur ayam
- Kemenarikan warna telur ayam
- Kebersihan telur ayam
- Keseragaman ukuran telur ayam
- Kesempatan konsumen untuk memilih telur yang ingin dibeli
- Keamanan kemasan telur ayam (eggs tray)
- Kebersihan kemasan telur ayam (eggs tray)
- Kesesuaian harga yang dapat bersaing dengan agen telur lain
- Kesesuaian harga dengan kualitas barang
- Kestrategisan letak lokasi toko
- Kemudahan untuk menemukan lokasi toko
- Kemenarikan promosi melalui media elektronik (whatsapp/sms)
- Kemenarikan diskon untuk konsumen bila membeli dalam kuantitas tertentu
- Ketepatan karyawan dalam menimbang telur
- Keramahan karyawan dalam melayani konsumen
- Kejujuran karyawan dalam melayani konsumen
- Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
- Keterbukaan pihak Jaya Telur terhadap kritik dan saran

- Kecepatan respon Jaya Telur dalam menghadapi masalah yang ada
 - Ketepatan waktu antar barang
 - Kecepatan dalam melayani konsumen
 - Kebijakan untuk meretur telur
 - Ketepatan perhitungan jumlah barang yang dibeli
 - Kejelasan bukti pembayaran dan perhitungan (nota pembayaran)
 - Kemudahan dalam proses pembayaran (tunai / transfer / debit)
 - Kenyamanan tempat duduk untuk menunggu
 - Kecukupan pencahayaan di toko telur
 - Kecukupan sirkulasi udara
 - Kebersihan toko telur
 - Kecukupan area parkir yang memadai
 - Kerapihan toko telur
 - Keamanan area parkir
 - Kejelasan papan nama
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam membeli telur di Perusahaan Jaya Telur hasil dari *Multiple Linear Regression* diantaranya adalah :
1. Variabel 26
Kenyamanan tempat duduk untuk menunggu
 2. Variabel 18
Keterbukaan pihak Jaya Telur terhadap Kritik dan Saran
 3. Variabel 19
Kecepatan respon Jaya Telur dalam menghadapi masalah yang ada
 4. Variabel 16
Kejujuran karyawan dalam melayani konsumen

5. Variabel 22

Kebijakan untuk meretur telur

3. *Segmentation, targeting, dan positioning* yang sesuai dengan kondisi Jaya Telur:➤ *Segmentation:*

- Segmentasi berdasarkan geografis:
 - Wilayah Tempat Usaha
- Segmentasi berdasarkan demografis:
 - Jenis Usaha
- Segmentasi berdasarkan psikologis:
 - Wadah yang ingin digunakan sebagai tempat telur
 - Faktor yang diutamakan dalam memilih untuk membeli telur
- Segmentasi berdasarkan perilaku:
 - Frekuensi membeli telur perbulan
 - Seberapa lama sudah membeli telur di Jaya Telur
 - Seberapa banyak kuantitas barang yang dibeli
 - Kendaraan yang biasa digunakan untuk membeli telur
 - Media informasi dan komunikasi yang sering digunakan.

➤ *Targeting:*

Hasil *targeting* yang didapatkan:

- Jenis usaha grosir/retail
- Lokasi tempat usaha Bandung Selatan
- Frekuensi pembelian tidak tentu dan 5-8 kali
- Kuantitas Pembelian tidak tentu
- Kendaraan yang digunakan motor dan mobil
- Tempat yang ingin digunakan untuk wadah telur *eggs tray* karton

- Media informasi dan komunikasi yang digunakan pesan singkat (sms) dan whatsapp
- Faktor yang diutamakan dalam membeli telur yaitu kualitas barang

➤ *Positioning*

Dari target Jaya Telur yang telah diusulkan, dapat diberikan *positioning*-nya yaitu sebuah slogan “Telur Berkualitas, Karyawan Top dan Respon Cepat”.

4. Posisi variabel penelitian berdasarkan dari persepsi responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut yang ada di Jaya Telur:

- Kuadran 1 (*Focus Improvement Effort Here*)

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 2

Kemenarikan warna telur ayam

2. Variabel 3

Kebersihan telur ayam

3. Variabel 7

Kebersihan kemasan telur ayam

4. Variabel 12

Kemenarikan promosi melalui media elektronik (whatsapp/SMS)

5. Variabel 21

Kecepatan dalam melayani konsumen

6. Variabel 31

Kerapihan toko telur

- Kuadran 2 (*Maintain Performance*)

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 1
Kesegaran telur ayam
2. Variabel 6
Keamanan kemasan telur ayam (*eggs tray*)
3. Variabel 8
Kesesuaian harga yang dapat bersaing dengan agen telur lain
4. Variabel 10
Kestrategisan letak lokasi toko
5. Variabel 13
Kemenarikan diskon untuk konsumen bila membeli dalam kuantitas tertentu
6. Variabel 14
Ketepatan karyawan dalam menimbang telur
7. Variabel 16
Kejujuran karyawan dalam melayani konsumen
8. Variabel 17
Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
9. Variabel 20
Ketepatan waktu antar barang
10. Variabel 26
Kenyamanan tempat duduk untuk menunggu

- Kuadran 3 (*Medium-Low Priority*)

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

Variabel-variabel yang memiliki tingkat kinerja diatas 3 (sudah dianggap baik oleh konsumen di Jaya Telur):

1. Variabel 4
Keseragaman ukuran telur ayam
2. Variabel 9
Kesesuaian harga dengan kualitas barang

3. Variabel 18

Keterbukaan pihak Jaya Telur terhadap kritik dan saran

4. Variabel 19

Kecepatan respon Jaya Telur dalam menghadapi masalah yang ada

5. Variabel 22

Kebijakan untuk meretur telur

6. Variabel 29

Kebersihan toko telur

7. Variabel 33

Kejelasan papan nama

Variabel-variabel yang memiliki tingkat kinerja dibawah 3 (belum dianggap baik oleh konsumen di Jaya Telur):

1. Variabel 27

Kecukupan pencahayaan di toko telur

2. Variabel 28

Kecukupan sirkulasi udara

- Kuadran 4 (*Reduce Emphasis*)

Variabel-variabel yang dimaksud antara lain:

1. Variabel 5

Kesempatan konsumen untuk memilih telur yang ingin dibeli

2. Variabel 11

Kemudahan untuk menemukan lokasi toko

3. Variabel 15

Keramahan karyawan dalam melayani konsumen

4. Variabel 23

Ketepatan perhitungan jumlah barang yang dibeli

5. Variabel 24

- Kejelasan bukti pembayaran dan perhitungan (nota pembayaran)
6. Variabel 25
Kemudahan dalam proses pembayaran
 7. Variabel 30
Kecukupan area parkir yang memadai
 8. Variabel 32
Keamanan area parkir
5. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *loyalitas* konsumen di Jaya Telur dengan melakukan upaya – upaya sesuai dengan urutan Prioritas Perbaikan berdasarkan hasil dari Analisis Gabungan *Multiple Linear Analysis* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* yang dapat diterapkan untuk Jaya Telur:

Tabel 6.1
Usulan Upaya-upaya yang Dapat Dilakukan Jaya Telur

Prioritas Perbaikan	No	Variabel	Upaya-Upaya Perbaikan
1	19	Kecepatan respon Jaya Telur dalam menghadapi masalah yang ada	Pihak Jaya Telur sebaiknya menerima keluhan melalui sms, whatsapp dan telepon yang dapat langsung sampai ke pemilik.
2	26	Kenyamanan tempat duduk untuk menunggu	Menggunakan kursi yang menggukon sandaran agar lebih nyaman.
3	16	Kejujuran karyawan dalam melayani konsumen	Menuntut karyawan untuk selalu jujur, seperti mengecek keuangan, melaporkan apabila ada timbangan telur yang kurang, jumlah barang yang dimuat sesuai dengan jumlah yang dibeli konsumen, melapor apabila ada yang membayar lebih.
4	18	Keterbukaan pihak Jaya Telur terhadap kritik dan saran	Menerima kritik dan saran melalui pesan singkat dan whatsapp.
5	15	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	Selalu menyapa dan melayani dengan senyum dan ekspresi wajah yang menyenangkan. Menawarkan bantuan apabila konsumen dirasa butuh bantuan, tetapi diusahakan untuk tidak terlalu banyak mengobrol

6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Jaya Telur, yaitu:

- Melengkapi cara pengambilan sampel dengan memperjelas syarat-syarat untuk menjadi responden dalam mengisi kuesioner, dengan mengisi data nama dan alamat agar sesuai dengan data konsumen yang dimiliki oleh Jaya Telur.
- Melakukan penelitian terhadap pesaing dengan menggunakan metode CA (*Correspondence Analysis*).

