

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi kepentingan konsumen dalam memilih toko boneka di Trans Studio Mall

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel 1: Keanekaragaman karakter boneka yang tersedia.
- Variabel 2: Kualitas jahitan boneka yang ditawarkan.
- Variabel 3: Kualitas bulu boneka yang ditawarkan.
- Variabel 4: Kelunakan boneka yang ditawarkan.
- Variabel 5: Pilihan warna boneka yang tersedia.
- Variabel 6: Variasi ukuran boneka yang tersedia.
- Variabel 7: Kemiripan boneka dengan tokoh *cartoon*.
- Variabel 8: Kerapihan pola boneka.
- Variabel 9: Harga boneka yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor.
- Variabel 10: Kesesuaian harga boneka yang ditawarkan dengan kualitas.
- Variabel 11: Lokasi toko mudah ditemukan.
- Variabel 12: Lokasi toko mudah dilalui pengunjung.
- Variabel 14: Kemenarikan isi promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
- Variabel 15: Frekuensi *update* promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
- Variabel 16: Besarnya potongan harga jika nominal total belanja yang besar.

- Variabel 17: Besarnya potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional).
- Variabel 18: Penataan posisi boneka yang rapi pada rak.
- Variabel 19: Penempatan karakter boneka yang terkelompok dan tersusun pada rak.
- Variabel 20: Pencahayaan tempat saat memilih produk.
- Variabel 21: Kesejukan udara lokasi toko.
- Variabel 22: Sirkulasi udara lokasi toko.
- Variabel 23: Kebersihan lokasi toko.
- Variabel 24: Keamanan lingkungan (barang bawaan) saat berbelanja.
- Variabel 25: Penempatan papan nama toko yang mudah untuk dilihat.
- Variabel 26: Kemenarikan desain interior.
- Variabel 27: Kemenarikan dekorasi tempat pada hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine).
- Variabel 28: Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 29: Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 30: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 31: Kesigapan atau kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 32: Pengetahuan karyawan terhadap barang-barang toko.
- Variabel 33: Kerapihan penampilan karyawan.
- Variabel 34: Kecepatan proses pembayaran.
- Variabel 35: Kejelasan tulisan di nota pembelian.
- Variabel 36: Pilihan alternatif pembayaran selain *cash* (kartu kredit, debit).
- Variabel 37: Kerapihan kemasan produk yang dibeli.
- Variabel 39: Layanan bungkus kado.

2. Tingkat kinerja dari Toko Kamikadomu di Trans Studio Mall

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

➤ Tingkat kinerja dibawah nilai rata-rata diperoleh variabel sebagai berikut:

- Variabel 3: Kualitas bulu boneka yang ditawarkan.
- Variabel 8: Kerapihan pola boneka.
- Variabel 12: Lokasi toko mudah dilalui pengunjung.
- Variabel 22: Sirkulasi udara lokasi toko.
- Variabel 24: Keamanan lingkungan (barang bawaan) saat berbelanja.
- Variabel 31: Kesigapan atau kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 36: Pilihan alternatif pembayaran selain *cash* (kartu kredit, debit).
- Variabel 6: Variasi ukuran boneka yang tersedia.
- Variabel 17: Besarnya potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional).
- Variabel 19: Penempatan karakter boneka yang terkelompok dan tersusun pada rak.
- Variabel 20: Pencahayaan tempat saat memilih produk.
- Variabel 25: Penempatan papan nama toko yang mudah untuk dilihat.
- Variabel 26: Kemenarikan desain interior.
- Variabel 27: Kemenarikan dekorasi tempat pada hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine).
- Variabel 35: Kejelasan tulisan di nota pembelian.
- Variabel 37: Kerapihan kemasan produk yang dibeli.

➤ Tingkat kinerja diatas nilai rata-rata diperoleh variabel sebagai berikut:

- Variabel 1: Keanekaragaman karakter boneka yang tersedia.
- Variabel 5: Pilihan warna boneka yang tersedia.

- Variabel 11: Lokasi toko mudah ditemukan.
- Variabel 18: Penataan posisi boneka yang rapi pada rak.
- Variabel 28: Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 29: Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 30: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 33: Kerapihan penampilan karyawan.
- Variabel 34: Kecepatan proses pembayaran.
- Variabel 4: Kelunakan boneka yang ditawarkan.
- Variabel 7: Kemiripan boneka dengan tokoh cartoon.
- Variabel 9: Harga boneka yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor.
- Variabel 10: Kesesuaian harga boneka yang ditawarkan dengan kualitas.
- Variabel 14: Kemenarikan isi promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
- Variabel 21: Kesejukan udara lokasi toko.
- Variabel 32: Pengetahuan karyawan terhadap barang-barang toko.

3. Posisi keunggulan dan ketertinggalan dari Toko Kamikadomu Trans Studio Mall dibandingkan dengan pesaingnya

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel yang menjadi keunggulan Toko Kamikadomu, diperoleh sebagai berikut:
 - Variabel 3: Kualitas bulu boneka yang ditawarkan.
 - Variabel 4: Kelunakan boneka yang ditawarkan.
 - Variabel 7: Kemiripan boneka dengan tokoh *cartoon*.
 - Variabel 8: Kerapihan pola boneka.
 - Variabel 9: Harga boneka yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor.

- Variabel 10: Kesesuaian harga boneka yang ditawarkan dengan kualitas.
 - Variabel 22: Sirkulasi udara lokasi toko.
 - Variabel 25: Penempatan papan nama toko yang mudah untuk dilihat.
 - Variabel 30: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen.
 - Variabel 31: Kesigapan atau kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
 - Variabel 32: Pengetahuan karyawan terhadap barang-barang toko.
 - Variabel 34: Kecepatan proses pembayaran.
- Variabel yang menjadi ketertinggalan Toko Kamikadomu, diperoleh sebagai berikut:
- Variabel 1: Keanekaragaman karakter boneka yang tersedia.
 - Variabel 5: Pilihan warna boneka yang tersedia.
 - Variabel 6: Variasi ukuran boneka yang tersedia.
 - Variabel 11: Lokasi toko mudah ditemukan.
 - Variabel 12: Lokasi toko mudah dilalui pengunjung.
 - Variabel 14: Kemenarikan isi promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
 - Variabel 17: Besarnya potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional).
 - Variabel 18: Penataan posisi boneka yang rapi pada rak.
 - Variabel 19: Penempatan karakter boneka yang terkelompok dan tersusun pada rak.
 - Variabel 20: Pencahayaan tempat saat memilih produk.
 - Variabel 21: Kesejukan udara lokasi toko.
 - Variabel 24: Keamanan lingkungan (barang bawaan) saat berbelanja.
 - Variabel 26: Kemenarikan desain interior.
 - Variabel 27: Kemenarikan dekorasi tempat pada hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine).

- Variabel 28: Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 29: Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 33: Kerapihan penampilan karyawan.
- Variabel 35: Kejelasan tulisan di nota pembelian.
- Variabel 36: Pilihan alternatif pembayaran selain *cash* (kartu kredit, debit).
- Variabel 37: Kerapihan kemasan produk yang dibeli.

4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Kamikadomu di Trans Studio Mall

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel dengan hasil konsumen tidak merasa puas, diperoleh sebagai berikut:
 - Variabel 1: Keanekaragaman karakter boneka yang tersedia.
 - Variabel 3: Kualitas bulu boneka yang ditawarkan.
 - Variabel 4: Kelunakan boneka yang ditawarkan.
 - Variabel 5: Pilihan warna boneka yang tersedia.
 - Variabel 6: Variasi ukuran boneka yang tersedia.
 - Variabel 7: Kemiripan boneka dengan tokoh *cartoon*.
 - Variabel 8: Kerapihan pola boneka.
 - Variabel 9: Harga boneka yang ditawarkan bersaing dengan kompetitor.
 - Variabel 10: Kesesuaian harga boneka yang ditawarkan dengan kualitas.
 - Variabel 11: Lokasi toko mudah ditemukan.
 - Variabel 12: Lokasi toko mudah dilalui pengunjung.
 - Variabel 14: Kemenarikan isi promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
 - Variabel 16: Besarnya potongan harga jika nominal total belanja yang besar.

- Variabel 17: Besarnya potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional).
- Variabel 18: Penataan posisi boneka yang rapi pada rak.
- Variabel 19: Penempatan karakter boneka yang berkelompok dan tersusun pada rak.
- Variabel 20: Pencahayaan tempat saat memilih produk.
- Variabel 21: Kesejukan udara lokasi toko.
- Variabel 22: Sirkulasi udara lokasi toko.
- Variabel 24: Keamanan lingkungan (barang bawaan) saat berbelanja.
- Variabel 25: Penempatan papan nama toko yang mudah untuk dilihat.
- Variabel 26: Kemenarikan desain interior.
- Variabel 27: Kemenarikan dekorasi tempat pada hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine).
- Variabel 28: Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 29: Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 30: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 31: Kesigapan atau kecekatan karyawan dalam melayani konsumen.
- Variabel 32: Pengetahuan karyawan terhadap barang-barang toko.
- Variabel 33: Kerapihan penampilan karyawan.
- Variabel 34: Kecepatan proses pembayaran.
- Variabel 35: Kejelasan tulisan di nota pembelian.
- Variabel 36: Pilihan alternatif pembayaran selain *cash* (kartu kredit, debit).
- Variabel 37: Kerapihan kemasan produk yang dibeli.

5. *Segmentasi, targeting, dan positioning* dari Toko Kamikadomu di Trans Studio Mall

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

➤ *Segmentation*

- Berdasarkan segmentasi geografis yaitu wilayah tempat tinggal.
- Berdasarkan segmentasi demografis yaitu usia, pekerjaan, uang saku (bagi yang belum bekerja), dan penghasilan (bagi yang sudah bekerja).
- Berdasarkan segmentasi psikografis yaitu tujuan datang ke Toko Kamikadomu, alasan utama datang ke Toko Kamikadomu, pengeluaran per-orang untuk membeli boneka di Toko Kamikadomu.
- Berdasarkan segmentasi perilaku yaitu pengetahuan keberadaan Toko Kamikadomu, datang bersama siapa ke Toko Kamikadomu, karakter *cartoon* yang dibeli di Toko Kamikadomu, alasan menyukai boneka berjenis *grade* ori, cara pembayaran yang sering digunakan, jenis debit yang digunakan, jenis kartu kredit yang digunakan, hari kedatangan ke Toko Kamikadomu, jam kedatangan ke Toko Kamikadomu, media sosial yang sering digunakan, dan sumber informasi Toko Kamikadomu.

➤ *Targeting*

- Wilayah: Bandung Barat, Bandung Selatan, dan Bandung Utara.
- Usia: 13-20 tahun, dan 21-30 tahun.
- Pekerjaan: Pelajar/mahasiswa.
- Uang saku/bulan: $\text{Rp } 1.000.000,00 \leq \text{uang saku} < \text{Rp } 2.000.000,00$, dan $\text{Rp } 2.000.000,00 \leq \text{uang saku} < \text{Rp } 4.000.000,00$.
- Penghasilan/bulan: $\text{Rp } 2.800.000,00 \leq \text{penghasilan} < \text{Rp } 5.000.000,00$, dan $< \text{Rp } 2.800.000,00$.
- Tujuan: Membeli untuk kado, dan membeli untuk koleksi.

- Alasan: Keanekaragaman karakter boneka, dan boneka selalu *ter-update*.
 - Pengeluaran membeli boneka: Rp 50.000,00 \leq pengeluaran < Rp 100.000,00, dan Rp 100.000,00 \leq pengeluaran < Rp 200.000,00.
 - Darimana mengetahui keberadaan: Kebetulan lewat, dan teman.
 - Datang bersama: Teman.
 - Karakter *cartoon* yang dibeli: *Stitch*, *Rilakkuma*, dan *Helo Kitty*.
 - Alasan menyukai *grade* ori: Kualitas bulu, jahitan, dan kapas yang bagus, dan kemiripan dengan tokoh karakter.
 - Cara pembayaran: *Cash*, dan debit.
 - Kartu debit yang digunakan: BCA, dan Mandiri.
 - Kartu kredit yang digunakan: BCA, dan Mandiri.
 - Hari kunjungan: Sabtu, jumat, dan minggu.
 - Jam kunjungan: Pk. 16.00 \leq jam < pk. 19.00, dan Pk. 13.00 \leq jam < pk. 16.00.
 - Media sosial yang sering digunakan: Intagram, dan line.
 - Sumber informasi kamikadomu: Lainnya (datang langsung ke Toko Kamikadomu), dan instagram.
- *Positioning*
- Berdasarkan beberapa hasil tingkat kepentingan konsumen, hasil *segmentation* dan *targeting*, hasil keunggulan yang dimiliki Toko Kamikadomu, dan hasil wawancara dengan pemilik Toko Kamikadomu maka dapat diberikan perubahan slogan yaitu “*We serve your gift with good product*”. Slogan yang diberikan memiliki arti bahwa Toko Kamikadomu melayani kadomu dengan produk yang bagus, hal ini karena produk Toko Kamikadomu memiliki kualitas bulu boneka, kelunakan boneka, kemiripan boneka dengan tokoh *cartoon*, kerapihan pola boneka yang bagus dengan produk *ter-update* dan mengikuti *trend* karakter *cartoon* populer terkini sesuai dengan

kemajuan zaman dengan tujuan datang ke Toko Kamikadomu membeli untuk kado.

6. Usulan Toko Kamikadomu di Trans Studio Mall agar penjualan dapat meningkat

Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Usulan untuk lokasi toko mudah dilalui pengunjung (variabel 12): Toko Kamikadomu dianjurkan berpindah lokasi yang lebih strategis terhadap lokasi toko yang mudah dilalui pengunjung.
- Usulan untuk pilihan alternatif pembayaran selain *cash* (kartu kredit, debit) (variabel 36): menempatkan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) yang terlihat konsumen atau dapat memakai *sign* petunjuk adanya alternatif pembayaran.
- Usulan untuk keamanan lingkungan (barang bawaan) saat berbelanja (variabel 24): menggunakan *sign* petunjuk agar konsumen dapat menjaga barang bawaan.
- Usulan untuk penempatan karakter boneka yang terkelompok dan tersusun pada rak (variabel 10): memperhatikan penempatan karakter boneka menjadi terkelompok dan tersusun pada rak.
- Usulan untuk kemenarikan dekorasi tempat pada hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine) (variabel 27): mendekorasi etalase Toko Kamikadomu pada hari-hari tertentu (hari natal, hari halloween, hari valentine).
- Usulan untuk besarnya potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional) (variabel 17): memberikan potongan harga pada hari tertentu (hari raya, hari libur nasional).
- Usulan untuk kejelasan di nota pembelian (variabel 35): memperhatikan tinta *print* nota pembelian agar tulisan tebal dan jelas.
- Usulan untuk pencahayaan tempat saat memilih produk (variabel 20): memberikan lampu pada keseluruhan lemari rak dan rak-rak pendek.

- Usulan untuk kerapihan kemasan produk yang dibeli (variabel 37): memperhatikan penggunaan plastik kemasan yang lusuh dan menggunakan kantong plastik bersablon.
- Usulan untuk kemenarikan desain interior (variabel 26): mengganti model serta warna rak-rak pendek yang lebih menarik dari model dan warnanya.
- Usulan untuk variasi ukuran boneka yang tersedia (variabel 6): memberikan katalog pilihan beragam variasi ukuran boneka dan menambahkan rak lemari.
- Usulan untuk keramahan karyawan dalam melayani konsumen (variabel 28): memiliki *standard operating procedure* serta *training* berkala.
- Usulan untuk kerapihan penampilan karyawan (variabel 33): memiliki *standard operating procedure* dan membuat seragam karyawan Toko Kamikadomu.
- Usulan untuk lokasi mudah ditemukan (variabel 11): Toko Kamikadomu berpindah lokasi yang lebih strategis dianjurkan terletak di tengah mall.
- Usulan untuk pilihan warna boneka yang tersedia (variabel 5): memberikan katalog pilihan warna produk dan menambahkan rak lemari.
- Usulan untuk kesopanan karyawan dalam melayani konsumen (variabel 29): memiliki *standard operating procedure* serta *training* berkala.
- Usulan untuk keanekaragaman karakter boneka yang tersedia (variabel 1): menambahkan rak lemari serta menambahkan gantungan asesoris (*hook cantolan*).
- Usulan untuk penataan posisi boneka yang rapi pada rak (variabel 18): Toko Kamikadomu menata posisi boneka pada rak perlu memperhatikan berdasarkan ukuran boneka.

- Usulan untuk kesejukan udara lokasi toko (variabel 21): menambahkan AC duduk.
- Usulan untuk kemenarikan isi promosi melalui media jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram) (variabel 14): Sebaiknya rutin dalam setiap bulannya untuk mempromosikan Toko Kamikadomu melalui jejaringan sosial (website, facebook, twitter, instagram).
- Usulan untuk sirkulasi udara lokasi toko (variabel 22): menambahkan AC duduk.
- Usulan untuk kesigapan atau kecekatan karyawan dalam melayani konsumen (variabel 31): memberikan penghargaan untuk karyawan terbaik.
- Usulan untuk kerapihan pola boneka (variabel 8): memperhatikan supplier boneka Toko Kamikadomu.
- Usulan untuk kualitas bulu boneka yang ditawarkan (variabel 3): memperhatikan supplier boneka Toko Kamikadomu.
- Usulan untuk penempatan papan nama toko yang mudah untuk dilihat (variabel 25): menempatkan papan nama Toko Kamikadomu diatas etalase dengan menggunakan tiang.
- Usulan untuk tata letak *layout* agar dapat terjadi perputaran konsumen di Toko Kamikadomu. serta memaksimalkan ruang yang ada.
- Usulan berdasarkan tingkat kepentingan untuk besarnya potongan harga jika nominal total belanja yang besar: menerapkan pemberian potongan harga jika nominal total belanja besar.
- Usulan berdasarkan tingkat kepentingan untuk layanan bungkus kado: menerapkan layanan bungkus kado.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh kesimpulan diatas dan adapun saran yang diberikan, yaitu sebagai berikut:

- Toko Kamikadomu sebaiknya lebih luas serta lebih berani dalam memberikan promosi-promosi maupun memperkenalkan *brand*-nya dalam persaingan era modern ini.
- Toko Kamikadomu sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan dengan cakupan variabel-variabel bauran pemasaran yang luas.
- Toko Kamikadomu sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan dengan analisa SWOT.

