

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk Toko X

a. *Segmentation*

- Berdasarkan demografis
 - ✓ Usia
 - ✓ Jenis kelamin
 - ✓ Pekerjaan
 - ✓ Uang Saku
 - ✓ Pendapatan
- Berdasarkan geografis
 - ✓ Lokasi tempat tinggal
- Berdasarkan psikografis
 - ✓ Alasan utama datang ke Toko X
- Berdasarkan perilaku
 - ✓ Pengetahuan keberadaan Toko X
 - ✓ Frekuensi kedatangan ke Toko X
 - ✓ Faktor yang membatalkan pergi ke Toko X
 - ✓ Biaya yang dikeluarkan setiap kali belanja

b. *Targeting*

- Usia dari 18 tahun s/d 25 tahun (24%), 26 tahun s/d 35 tahun (25%), 36 tahun s/d 45 tahun (26%), sampai > 46 tahun (25%).
- Jenis kelamin yaitu wanita (61%) dan pria (39%).
- Lokasi tempat tinggal yaitu Vila Nusa Indah 1 (25%), Vila Nusa Indah II (44%), dan Vila Nusa Indah (21%).

- Pekerjaan konsumen yaitu ibu rumah tangga (37%), pelajar/mahasiswa (24%), pegawai swasta (20%), dan PNS (12%).
- Uang saku pelajar/mahasiswa yaitu > Rp 500.000 s/d Rp 2.000.000 (62%).
- Pendapatan pekerja yaitu > Rp 4.000.000 s/d Rp 7.000.000 (51%).
- Pengetahuan keberadaan Toko X dari tetangga (54%).
- Alasan utama datang ke Toko X yaitu dekat dengan lokasi tempat tinggal (29%), produk bervariasi (29%), harga murah (14%), dan pelayanan cepat (14%).
- Frekuensi berbelanja ke Toko X/ bulan yaitu 2 s/d 3 kali (33%) dan tidak tentu (32%).
- Biaya yang dikeluarkan sekali belanja yaitu sebesar > Rp 100.000 s/d Rp 300.000 (33%) dan tidak tentu (32%).

c. *Positioning*

Positioning yang dapat ditetapkan oleh Toko X yaitu sebagai toko kelontong yang berada dalam perumahan yang mampu memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari konsumen dengan pelayanan yang cepat dan tanggap, *delivery* yang cepat, harga bersaing, dan produk bervariasi. Citra yang dapat digunakan untuk mewakili identitas Toko X adalah “Pelayanan dan *Delivery* cepat, Harga murah, Produk bervariasi? Toko X jawabannya!”

2. Tingkat kinerja Toko X bagi konsumen

Secara keseluruhan, kinerja Toko X dapat dikatakan cukup baik dengan persentase kinerja sebesar 72,017% dari nilai kinerja maksimum yang dapat dicapai.

3. Tingkat kepentingan konsumen terhadap Toko X

Variabel yang memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan \geq bobot 3, yaitu variabel yang dianggap penting oleh konsumen adalah:

- Variabel 1: Variasi produk makanan (beras, *snack*, dll) yang ditawarkan
- Variabel 2: Variasi produk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan

- Variabel 7: Variasi produk obat kesehatan (obat sirup, obat tablet, dll) yang ditawarkan
- Variabel 9: Variasi merk makanan (beras, *snack*, dll) yang ditawarkan
- Variabel 10: Variasi merk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan
- Variabel 17: Kebersihan kemasan produk yang dijual (bebas debu)
- Variabel 18: Lama waktu kadaluarsa produk yang dijual (produk yang memiliki waktu kadaluarsa)
- Variabel 19: Keterjangkauan harga produk-produk yang dijual oleh toko kelontong
- Variabel 20: Kewajaran harga dengan harga toko kelontong lain
- Variabel 21: Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Variabel 22: Kemudahan menjangkau toko kelontong
- Variabel 27: Kemenarikan jenis promosi bagi konsumen (diskon, *buy 1 get 1*, dll)
- Variabel 28: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
- Variabel 29: Pengetahuan karyawan tentang produk yang dijual
- Variabel 30: Pengetahuan karyawan tentang ketersediaan produk
- Variabel 31: Kerapihan karyawan
- Variabel 32: Keramahan karyawan
- Variabel 33: Kesopanan karyawan
- Variabel 36: Kebersihan ruangan toko kelontong
- Variabel 37: Kesejukan ruangan di dalam toko kelontong
- Variabel 38: Kelancaran sirkulasi udara di dalam toko kelontong
- Variabel 39: Pencahayaan ruangan di dalam toko kelontong
- Variabel 40: Kecukupan lahan parkir di toko kelontong
- Variabel 41: Keamanan tempat parkir
- Variabel 42: Kerapihan etalase/rak produk
- Variabel 43: Kebersihan etalase/rak produk
- Variabel 45: Kebersihan toilet untuk konsumen
- Variabel 46: Kecepatan pelayanan konsumen

- Variabel 47: Kecepatan proses pembayaran di kasir
- Variabel 49: Ketepatan dalam perhitungan harga
- Variabel 50: Kecepatan waktu pesan-antar untuk *delivery*

4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko X

❖ Variabel yang menurut konsumen memuaskan:

- Variabel 3: Variasi produk alat mandi (sabun, sampo, dll) yang ditawarkan
- Variabel 4: Variasi produk alat pembersih rumah (sapu, pel, dll) yang ditawarkan
- Variabel 5: Variasi produk pembersih rumah (detergen, pewangi pakaian, dll) yang ditawarkan
- Variabel 8: Variasi produk lampu (bohlam, halogen, dll) yang ditawarkan
- Variabel 9: Variasi merk makanan (beras, *snack*, dll) yang ditawarkan
- Variabel 10: Variasi merk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan
- Variabel 11: Variasi merk alat mandi (sabun, sampo, dll) yang ditawarkan
- Variabel 12: Variasi merk pembersih rumah (detergen, pewangi pakaian, dll) yang ditawarkan
- Variabel 13: Variasi merk alat tulis kantor (pensil, buku tulis, dll) yang ditawarkan
- Variabel 14: Variasi merk obat kesehatan (obat sirup, obat tablet, dll) yang ditawarkan
- Variabel 15: Variasi merk rokok yang ditawarkan
- Variabel 16: Variasi merk lampu (bohlam, halogen, dll) yang ditawarkan
- Variabel 22: Kemudahan menjangkau toko kelontong
- Variabel 23: Kedekatan toko kelontong dengan jalan raya
- Variabel 25: Promosi melalui media cetar (brosur dan spanduk)
- Variabel 34: Kejelasan papan penunjuk lokasi produk
- Variabel 37: Kesejukan ruangan di dalam toko kelontong
- Variabel 43: Kebersihan etalase/rak produk

- Variabel 44: Kejelasan papan nama toko kelontong atau spanduk toko kelontong
- ❖ Variabel yang menurut konsumen tidak memuaskan:
 - Variabel 1: Variasi produk makanan (beras, *snack*, dll) yang ditawarkan
 - Variabel 2: Variasi produk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan
 - Variabel 7: Variasi produk obat kesehatan (obat sirup, obat tablet, dll) yang ditawarkan
 - Variabel 17: Kebersihan kemasan produk yang dijual (bebas debu)
 - Variabel 18: Lama waktu kadaluarsa produk yang dijual (produk yang memiliki waktu kadaluarsa)
 - Variabel 19: Keterjangkauan harga produk-produk yang dijual oleh toko kelontong
 - Variabel 20: Kewajaran harga dengan harga toko kelontong lain
 - Variabel 21: Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - Variabel 24: Kedekatan lokasi toko dengan akses angkutan umum
 - Variabel 27: Kemenarikan jenis promosi bagi konsumen (*diskon*, *buy 1 get 1*, dll)
 - Variabel 28: Ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen
 - Variabel 29: Pengetahuan karyawan tentang produk yang dijual
 - Variabel 30: Pengetahuan karyawan tentang ketersediaan produk
 - Variabel 31: Kerapihan karyawan
 - Variabel 32: Keramahan karyawan
 - Variabel 33: Kesopanan karyawan
 - Variabel 36: Kebersihan ruangan toko kelontong
 - Variabel 38: Kelancaran sirkulasi udara di dalam toko kelontong
 - Variabel 39: Pencahayaan ruangan di dalam toko kelontong
 - Variabel 40: Kecukupan lahan parkir di toko kelontong
 - Variabel 41: Keamanan tempat parkir

- Variabel 42: Kerapihan etalase/rak produk
- Variabel 45: Kebersihan toilet untuk konsumen
- Variabel 46: Kecepatan pelayanan konsumen
- Variabel 47: Kecepatan proses pembayaran di kasir
- Variabel 49: Ketepatan dalam perhitungan harga

5. Tingkat loyalitas konsumen terhadap Toko X

Secara keseluruhan, tingkat loyalitas Toko X dapat dikatakan cukup loyal dengan persentase loyalitas sebesar 64,924% dari nilai loyalitas maksimum yang dapat dicapai.

6. Faktor yang mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen Toko X

Faktor yang mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen, yaitu:

- Variasi produk alat tulis kantor (pensil, buku tulis, dll) yang ditawarkan
- Variasi merk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan
- Lama waktu kadaluarsa produk yang dijual (produk yang memiliki waktu kadaluarsa)
- Kejelasan keterangan harga produk yang dijual
- Kecepatan waktu pesan-antar untuk *delivery*

7. Usulan bauran pemasaran yang dapat dilakukan oleh Toko X

Berdasarkan urutan prioritas serta faktor yang mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen Toko X, berikut usulan yang dapat dilakukan oleh Toko X, yaitu:

- Variabel 50: Kecepatan waktu pesan-antar untuk *delivery*

Usulan: Toko X dapat mempertimbangkan untuk menggunakan *box* motor sehingga dapat mengangkut beberapa *order* dalam 1x *delivery*.

- Variabel 10: Variasi merk minuman (air mineral, susu, dll) yang ditawarkan

Usulan: Toko X dapat mempertimbangkan untuk menyediakan merk minuman lain dan memperhatikan kebutuhan khusus untuk wanita seperti minuman menyusui dan sebagainya.

- Variabel 18: Lama waktu kadaluarsa produk yang dijual (produk yang memiliki waktu kadaluarsa)

Usulan: Toko X dapat melakukan pengecekan rutin pada produk-produk yang memiliki waktu kadaluarsa selama 1 bulan sekali.

- Variabel 6: Variasi produk alat tulis kantor (pensil, buku tulis, dll) yang ditawarkan

Usulan: Toko X dapat mempertimbangkan untuk menambah alat tulis kantor yang belum tersedia.

- Variabel 35: Kejelasan keterangan harga produk yang dijual

Usulan: Toko X dapat menambah keterangan harga disertai nama produk di etalase/ rak produk berada.

Ketiga usulan prioritas di bawah belum dimiliki oleh Toko X, tetapi cukup dipentingkan oleh konsumen Toko X, yaitu:

- Variabel 51: Kemudahan retur barang sesuai dengan perjanjian retur barang

Usulan: konsumen Toko X dapat melakukan retur barang dengan perjanjian retur barang. Perjanjian retur barang yang dapat dibuat oleh Toko X adalah ada bukti pembelian barang dari Toko X, barang dapat ditukar 1x24 jam, dan kemasan barang tidak boleh dibuka terlebih dahulu (kemasan utuh).

- Variabel 48: Variasi alternatif pembayaran (*debit card* dan *credit card*)

Usulan: Toko X bekerja sama dengan beberapa pihak bank untuk pemasangan fasilitas debit dan credit.

- Variabel 26: Promosi melalui media sosial (facebook, twitter, instagram)

Usulan: media sosial yang dapat dibuat oleh Toko X adalah facebook, twitter, dan instagram. Promosi melalui media sosial tidak memerlukan biaya yang besar dan dapat bermanfaat untuk Toko X karena dapat memperluas target pasar Toko X.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada Toko X yang dapat berguna untuk mencapai target penjualan per tahun dan meningkat loyalitas konsumen, yaitu:

- Memperbaiki kinerja Toko X yang kurang baik sesuai dengan usulan prioritas yang diberikan oleh peneliti.

Selain itu, peneliti ingin memberikan saran bagi para peneliti lainnya bagi yang ingin melanjutkan penelitian di Toko X, yaitu:

- Penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian mengenai produk-produk kebutuhan konsumen secara spesifik. Misal, produk apa saja yang sering dan jarang diminati oleh konsumen dan merk yang dibeli oleh konsumen secara spesifik.
- Penelitian selanjutnya dapat menganalisis pesaing-pesaing yang berada di sekitar Toko X.
- Penelitian selanjutnya dapat menganggap bahwa pekerjaan Ibu Rumah Tangga juga memiliki pendapatan.
- Penelitian selanjutnya dapat mengganti kata “Anda” dalam kuesioner penelitian menjadi “Saya”.