

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka tahap akhir penelitian ini peneliti menarik beberapa kesimpulan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen berdasarkan analisis faktor menjadi 10 variabel, yaitu :
 - Harga dengan kualitas sesuai
 - kemenarikan promosi menggunakan media sosial (web,instagram)
 - kemenarikan promosi menggunakan media cetak (brosur dan koran)
 - Frekuensi diskon pada waktu tertentu (*Event* tertentu)
 - keramahan karyawan dalam melayani konsumen
 - kemudahan proses pemesanan untuk mamber
 - ketetapan jam operasional di *Boxout Store*
 - kualitas penerangan yang memadai
 - kualitas bahan baku baju
 - Ketersediaan papa nama *Boxout Store* yang dipasang
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk *Boxout Store* mencapai 50% berdasarkan jumlah variabel yang yang puas yaitu 5 variabel dari 10 variabel hasil analisis faktor yang puas yaitu harga dengan kualitas sesuai, Frekuensi diskon pada waktu tertentu (*Event* tertentu), keramahan karyawan dalam melayani konsumen, kualitas penerangan yang memadai, Ketersediaan pada nama *Boxout Store* yang dipasang. Sedangkan variabel yang tidak pus yaitu ada 5 variabel dari 10 variabel dari hasil analisis faktor tidak puas yaitu kemenarikan promosi menggunakan media sosial (web,instagram), kemenarikan promosi menggunakan media cetak (brosur dan koran), kemudahan

proses pemesanan untuk member, ketetapan jam operasional di *Boxout Store*, kualitas bahan baku baju.

3. Segmentasi dilakukan berdasarkan jenis pekerjaan, penghasilan/perbulan, Uang saku/bulan, Tempat tinggal, Usia, Frekuensi belanja, dimana sering berbelanja pakaian, biaya yang dikeluarkan/kali datang, Bersama siapa datang ke *Boxout Store*, Alasan memilih *Boxout Store*, Produk yang sering dibeli, Alasan memilih produk di *Boxout store*, Media Informasi, Informasi tentang *Boxout Store*, Produk *Favorit*. *Boxout Store* memiliki target utama Pelajar/Mahasiswa, Konsumen Bandung Utara, Produk yang sering Dibeli di *Boxout Store* Pakaian. *Boxout Store* dapat melakukan positioning dengan mengikuti model *trend fashion* saat ini dengan harga yang murah dan kualitas bagus.

4. *Targeting*

Targeting untuk *Boxout Store*, yaitu :

- Usia 20 th-30 th
- Tempat tinggal Bandung Utara
- Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa
- Dengan Uang saku < 500 Ribu
- Penghasilan/Bulan 3 Jt - 5 jt
- Biaya/Kali datang 150 Rb-250 Rb
- Jenis Produk yang dibeli Pakaian
- Tertarik dari Promosi Instagram
- Sering berbelanja di Toko/*Factory Outlet*
- Desain Produk yang Unik
- Produk *Favorit* Celana panjang
- Media Sosial
- Bersama Teman/Sahabat

5. *Positioning*

Positioning merupakan suatu upaya untuk menciptakan kesan dan Image suatu produk yang mudah diingat oleh konsumen. Dengan demikian *Positioning* yang *efektif* adalah suatu cara/upaya yang berfokus agar mudah diingat oleh konsumen yang didasarkan pada persepsi dan *preferensi* konsumen dengan cara melayani pelanggan dengan baik dan memberikan inovasi produk-produk yang unik.

Boxout store sebagai *Clothing store* yang menawarkan berbagai macam produk-produk pakaian dan aksesoris wanita yang lengkap dengan memberikan desain-desain yang unik (desain bisa dari konsumen) sesuai dengan *Trend Fashion* saat ini. *Boxout store* memiliki Slogan “*Trend Fashion Zaman Now, Boxout Store solusinya*”. *Boxout store* menawarkan harga yang sangat bersaing bila dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya, namun *Boxout store* tetap mengutamakan kualitas produk-produknya, seperti kualitas bahan baku dan desain yang tetap menarik.

6.2 **Saran**

Saran yang diberikan memiliki tujuan untuk melakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi *Boxout Store* untuk masa depan, yaitu :

- Sebaiknya untuk penelitian-penelitian selanjutnya membahas mengenai persaingan antara *Boxout Store* dengan usaha sejenis (*Clothing Store*) yang ada disekitar Jl Cibeunying Kolot dengan menggunakan Metode *Correspondence Analysis* (CA).
- Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya membahas mengenai tingkat kelayakan konsumen terhadap produk-produk di *Boxout Store*.