

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah peneliti lakukan pada Rub a Dub *Car Spa*, maka peneliti dapat menarik kesimpulan berupa :

1. Berikut ini merupakan variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih salon mobil Rub a Dub *Car Spa* :
  - Kebersihan *body* mobil setelah dicuci
  - Kebersihan kolong mobil setelah dicuci
  - Kebersihan ruang mesin mobil setelah dicuci
  - Kebersihan kaca mobil setelah dicuci
  - Kebersihan *interior* mobil setelah dicuci
  - Kebersihan karpet mobil setelah selesai dicuci
  - Kualitas pengeringan mobil setelah selesai dicuci
  - Kualitas semir ban
  - Kelengkapan variasi paket cuci mobil
  - Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas cuci mobil
  - Perbandingan harga yang ditawarkan dengan pesaing
  - Lokasi yang mudah dijangkau (rute pencapaian)
  - Lokasi yang strategis (berada pada tengah kota)
  - Kemudahan melihat spanduk nama salon mobil
  - Promo cuci mobil yang menarik
  - Fasilitas *member* yang dapat memberikan potongan harga
  - Promo-promo menarik melalui media sosial
  - Penyampaian informasi promosi oleh karyawan
  - Kenyamanan kursi ruang tunggu konsumen
  - Kenyamanan dan kebersihan *toilet*

- Kualitas AC pada ruang tunggu konsumen
- Keamanan lahan parkir untuk menunggu antrian cuci mobil
- Sarana dan pra sarana mencuci mobil
- Keramahan karyawan dalam menangani konsumen
- Pengetahuan karyawan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan
- Ketelitian karyawan dalam mencuci mobil
- Ketelitian karyawan dalam mengeringkan mobil
- Keahlian karyawan dalam memindahkan mobil
- Kecepatan dalam mencuci mobil
- Kecepatan dalam mengeringkan mobil
- Kemudahan reservasi cuci mobil
- Variasi metode pembayaran yang tersedia
- Ketepatan dalam melakukan transaksi pembayaran
- *Quality control* setelah mobil selesai dicuci

2. Berikut ini merupakan tingkat kinerja dari Rub a Dub *Car Spa* :

→ Dari keseluruhan 34 variabel, teridentifikasi 18 variabel memiliki tingkat kinerja yang sudah tinggi, apabila dilakukan perhitungan secara persentase hasilnya adalah sebesar 53%.

Berikut variabel-variabel yang memiliki tingkat kinerja tinggi :

- Kebersihan *body* mobil setelah dicuci
- Kebersihan kolong mobil setelah dicuci
- Kebersihan *interior* mobil setelah dicuci
- Kebersihan karpet mobil setelah selesai dicuci
- Kualitas semir ban
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas cuci mobil
- Perbandingan harga yang ditawarkan dengan pesaing
- Keamanan lahan parkir untuk menunggu antrian cuci mobil
- Keramahan karyawan dalam menangani konsumen
- Pengetahuan karyawan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan

- Keahlian karyawan dalam memindahkan mobil
- Ketepatan dalam melakukan transaksi pembayaran
- *Quality control* setelah mobil selesai dicuci
- Lokasi yang mudah dijangkau (rute pencapaian)
- Kenyamanan kursi ruang tunggu konsumen
- Kenyamanan dan kebersihan *toilet*
- Kualitas AC pada ruang tunggu konsumen
- Kemudahan reservasi cuci mobil

→ Dari keseluruhan 34 variabel, teridentifikasi 16 variabel memiliki tingkat kinerja yang masih rendah, apabila dilakukan perhitungan secara persentase hasilnya adalah sebesar 47%.

Berikut variabel-variabel yang memiliki tingkat kinerja rendah :

- Kebersihan kaca mobil setelah dicuci
- Kualitas pengeringan mobil setelah selesai dicuci
- Promo cuci mobil yang menarik
- Promo-promo menarik melalui media sosial
- Penyampaian informasi promosi oleh karyawan
- Sarana dan pra sarana mencuci mobil
- Ketelitian karyawan dalam mencuci mobil
- Ketelitian karyawan dalam mengeringkan mobil
- Variasi metode pembayaran yang tersedia
- Kebersihan ruang mesin mobil setelah dicuci
- Kelengkapan variasi paket cuci mobil
- Lokasi yang strategis (berada pada tengah kota)
- Kemudahan melihat spanduk nama salon mobil
- Fasilitas *member* yang dapat memberikan potongan harga
- Kecepatan dalam mencuci mobil
- Kecepatan dalam mengeringkan mobil

3. Berikut ini merupakan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pelayanan dari Rub a Dub *Car Spa* :

→ Dari keseluruhan 34 variabel, teridentifikasi 19 variabel dianggap sudah memuaskan oleh konsumen, apabila dilakukan perhitungan secara persentase hasilnya adalah sebesar 56%.

Variabel-variabel yang sudah dianggap memuaskan oleh konsumen adalah sebagai berikut:

- Kebersihan *body* mobil setelah dicuci
- Kebersihan ruang mesin mobil setelah dicuci
- Kebersihan *interior* mobil setelah dicuci
- Kebersihan karpet mobil setelah selesai dicuci
- Kualitas semir ban
- Kelengkapan variasi paket cuci mobil
- Lokasi yang mudah dijangkau (rute pencapaian)
- Kenyamanan kursi ruang tunggu konsumen
- Kenyamanan dan kebersihan *toilet*
- Kualitas AC pada ruang tunggu konsumen
- Keamanan lahan parkir untuk menunggu antrian cuci mobil
- Keramahan karyawan dalam menangani konsumen
- Pengetahuan karyawan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan
- Keahlian karyawan dalam memindahkan mobil
- Kecepatan dalam mencuci mobil
- Kecepatan dalam mengeringkan mobil
- Kemudahan reservasi cuci mobil
- Ketepatan dalam melakukan transaksi pembayaran
- *Quality control* setelah mobil selesai dicuci

→ Dari keseluruhan 34 variabel, teridentifikasi 15 variabel dianggap belum memuaskan oleh konsumen, apabila dilakukan perhitungan secara persentase hasilnya adalah sebesar 44%.

Variabel-variabel yang dianggap belum memuaskan oleh konsumen adalah sebagai berikut :

- Kebersihan kolong mobil setelah dicuci
- Kebersihan kaca mobil setelah dicuci
- Kualitas pengeringan mobil setelah selesai dicuci
- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas cuci mobil
- Perbandingan harga yang ditawarkan dengan pesaing
- Lokasi yang strategis (berada pada tengah kota)
- Kemudahan melihat spanduk nama salon mobil
- Promo cuci mobil yang menarik
- Fasilitas *member* yang dapat memberikan potongan harga
- Promo-promo menarik melalui media sosial
- Penyampaian informasi promosi oleh karyawan
- Sarana dan pra sarana mencuci mobil
- Ketelitian karyawan dalam mencuci mobil
- Ketelitian karyawan dalam mengeringkan mobil
- Variasi metode pembayaran yang tersedia

4. Posisi Rub a Dub *Car Spa* dibandingkan dengan Clean 8 *Car Wash* dan Checkpoint Sutami :

→ Berikut merupakan variabel-variabel peringkat 1 Rub a Dub *Car Spa* berdasarkan metode *Correspondence Analysis* (CA) :

- Kebersihan *body* mobil setelah dicuci
- Kebersihan ruang mesin mobil setelah dicuci
- Kebersihan karpet mobil setelah selesai dicuci
- Kualitas semir ban
- Kelengkapan variasi paket cuci mobil



- Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas cuci mobil
- Perbandingan harga yang ditawarkan dengan pesaing
- Lokasi yang strategis (berada pada tengah kota)
- Kenyamanan kursi ruang tunggu konsumen
- Keramahan karyawan dalam menangani konsumen
- Pengetahuan karyawan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan
- Ketelitian karyawan dalam mengeringkan mobil
- *Quality control* setelah mobil selesai dicuci

→ Berikut merupakan variabel-variabel peringkat 2 Rub a Dub *Car Spa* berdasarkan metode *Correspondence Analysis (CA)*:

- Kebersihan kolong mobil setelah dicuci
- Kebersihan kaca mobil setelah dicuci
- Kebersihan *interior* mobil setelah dicuci
- Kualitas pengeringan mobil setelah selesai dicuci
- Promo cuci mobil yang menarik
- Fasilitas *member* yang dapat memberikan potongan harga
- Penyampaian informasi promosi oleh karyawan
- Kualitas AC pada ruang tunggu konsumen
- Ketelitian karyawan dalam mencuci mobil
- Keahlian karyawan dalam memindahkan mobil
- Kecepatan dalam mencuci mobil
- Kecepatan dalam mengeringkan mobil

→ Berikut merupakan variabel-variabel peringkat 3 Rub a Dub *Car Spa* berdasarkan metode *Correspondence Analysis (CA)*:

- Lokasi yang mudah dijangkau (rute pencapaian)
- Kemudahan melihat spanduk nama salon mobil
- Promo-promo menarik melalui media sosial
- Kenyamanan dan kebersihan toilet

- Keamanan lahan parkir untuk menunggu antrian cuci mobil
- Sarana dan pra sarana mencuci mobil
- Kemudahan reservasi cuci mobil
- Variasi metode pembayaran yang tersedia
- Ketepatan dalam melakukan transaksi pembayaran

5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Rub a Dub *Car Spa*, yaitu:

→ *Segmentation*

- Geografis : Tempat tinggal responden
- Demografis : Pekerjaan responden dan rentang pendapatan responden
- Psikografis : Alasan memilih Rub a Dub *Car Spa* sebagai tempat cuci mobil
- Perilaku : Media sosial yang sering digunakan, frekuensi berkunjung, jenis paket cuci yang sering dipilih, hari-hari responden datang ke Rub a Dub *Car Spa*, jam-jam responden datang ke Rub a Dub *Car Spa*.

→ *Targeting*

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian bagian I, maka dapat terlihat hasil *targeting* pasar potensial sebagai berikut :

Tabel 6.1  
Rangkuman *Targeting*

No.	Jenis	<i>Targeting</i>	Frekuensi	Hasil
1	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	74	62%
		Pegawai Swasta	31	26%
2	Pendapatan per bulan (sudah bekerja)	Rp 3.600.000 s/d < Rp 10.000.000	44	96%
3	Pendapatan per bulan (belum bekerja)	Rp 1.000.000 s/d < Rp 2.000.000	48	65%
4	Daerah Tempat Tinggal	Bandung Utara	81	68%
5	Media elektronik yang sering digunakan	Instagram	87	72%
6	Paket Cuci Mobil Favorit	<i>Wash and Sealant</i>	71	59%

→ *Positioning*

- Berdasarkan hasil dari pengolahan data secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Rub a Dub *Car Spa* ingin membangun citra di mata konsumen sebagai tempat cuci mobil yang mengutamakan kualitas pencucian terbaik mencakup *body* mobil, karpet, dan semir ban yang disertai keramahan karyawan dalam melayani konsumen dengan pemahaman yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen terkait jasa-jasa yang ditawarkan oleh Rub a Dub *Car Spa*. Atas dasar hal tersebut, slogan yang dibuat untuk Rub a Dub *Car Spa* adalah “*One Stop for Clean and Shine*” yang bermakna bahwa Rub a Dub *Car Spa* menyediakan jasa cuci mobil yang memberikan hasil akhir bersih dan bersinar.
6. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk Rub a Dub *Car Spa* agar dapat meningkatkan omset adalah sebagai berikut:
- Memperbanyak promosi-promosi cuci mobil melalui halaman Instagram.
  - Menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan uang elektronik sebagai salah satu cara pembayaran.
  - Melakukan perawatan berkala untuk sarana dan pra sarana mencuci mobil.
  - Memperhatikan kembali mengenai penempatan spanduk nama salon mobil.
  - Memperluas lahan parkir menunggu antrian mobil.
  - Menerapkan penggunaan perangkat elektronik aplikasi kasir sebagai media transaksi pembayaran.
  - Menyediakan layanan reservasi cuci mobil melalui telepon.
  - Menerapkan pembagian *shifting* karyawan untuk melakukan pembersihan dan perawatan toilet secara berkala.



- Memberikan pelatihan lebih lanjut kepada karyawan mengenai cara-cara penyampaian promosi cuci mobil yang menarik kepada konsumen.
- Mempertimbangkan kembali mengenai promosi-promosi cuci mobil yang lebih menarik bagi responden.
- Menyediakan lap *microfiber* yang sudah kering dengan sempurna khusus untuk bagian mengeringkan kaca mobil.
- Membuat standar operasional mengenai bagian-bagian mobil yang membutuhkan ketelitian lebih pada saat dikeringkan menggunakan *air blower*.
- Membuat standar operasional mengenai bagian-bagian mobil yang membutuhkan ketelitian lebih pada saat proses pembilasan sabun cuci mobil.
- Menyediakan fasilitas *member*.
- Membuat standar operasional mencuci mobil yang dapat meminimalisir waktu mencuci mobil dan apabila memungkinkan menambahkan jumlah karyawan pada bagian pencucian mobil.
- Menyediakan standar operasional mengeringkan mobil yang dapat meminimalisir waktu mengeringkan mobil dan apabila memungkinkan menambahkan jumlah karyawan pada bagian pengeringan mobil.
- Membuat standar operasional mencuci kolong mobil dengan menggunakan alat berupa sikat yang dapat membersihkan kerak-kerak kotoran yang melekat pada kolong mobil.
- Lebih memperhatikan *finishing interior* mobil, salah satunya dengan cara penggunaan cairan-cairan khusus *interior* yang dapat memberikan kesan mengkilap dan bersih pada beberapa bagian *interior* mobil.

- Memberikan pelatihan lebih lanjut mengenai cara mengendarai mobil bertransmisi manual kepada karyawan yang bertugas memindahkan mobil.
- Mempertimbangkan kembali apakah spesifikasi AC yang terpasang pada ruang tunggu konsumen sudah sesuai dengan ukuran dan kapasitas ruang tunggu konsumen.
- Memberikan pelatihan kembali kepada karyawan mengenai cara-cara mengeringkan mobil yang baik dan benar.
- Meningkatkan kualitas hasil cuci mobil dengan cara membuat beberapa standar operasi pencucian mobil dimulai dari mobil dicuci hingga mobil dikeringkan.
- Menyediakan paket jasa *add on* sesuai dengan kebutuhan konsumen.

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Rub a Dub *Car Spa*, peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian berikutnya, yaitu:

1. Sebaiknya penelitian selanjutnya mempertimbangkan mengenai jasa polesan mobil pada Rub a Dub *Car Spa* agar hasil yang didapatkan menjadi lebih akurat.
2. Sebaiknya penelitian selanjutnya mempertimbangkan loyalitas konsumen pula.