

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Pada bab ini akan dirumuskan kesimpulan akhir atas dasar pembahasan masalah pada bab sebelumnya, dan merupakan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan pada bab pendahuluan. Kesimpulan akhir dari penelitian ini akan dibuat dalam bentuk pokok – pokok kesimpulan, sebagai berikut :

1. Diketahui statistik uji F kesamaan variansi dua sample adalah  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka kesimpulan yang didapat adalah bahwa populasi mempunyai variansi yang sama. Setelah diketahui varian populasi yang sama untuk tingkat penjualan maka kemudian dilakukan uji statistik t dengan hasil  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka kesimpulan yang didapat adalah bahwa **Perbedaan arah tangga jalan mempengaruhi tingkat penjualan.**

2. Untuk menentukan perencanaan strategi dan mendukung lebih lanjut asumsi dari penulis bahwa perbedaan arah tangga jalan mempengaruhi tingkat penjualan maka dilakukan pendekatan Bauran Pemasaran ( 4P ) untuk mengetahui faktor faktor apalagi yang mempengaruhi tingkat penjualan.

Dengan dilakukannya pendekatan 4P maka pengujian Hipotesis dilakukan dengan menggunakan Analisis Regresi karena antara variabel satu dengan variabel lain saling mempengaruhi.

Berdasarkan perhitungan diketahui koefisien variabel variabel (tempat, harga, produk, promosi ) dan urutan yang paling mempengaruhi berdasarkan tingkat kepentingan adalah sebagai berikut :

1. Harga
2. Tempat
3. Produk
4. Promosi

Dengan koefisien model hasil regresi bahwa tingkat penjualan (Y) dipengaruhi oleh bauran pemasaran (4P) sebesar 76.7%. dengan persamaan:

$$Y = 0.252X_1 + 0.534X_2 + 0.160X_3 + 0.092X_4$$

- Berdasarkan perhitungan pada *SPSS* semua variabel secara signifikan mempengaruhi tingkat penjualan sehingga tidak ada variabel yang dibuang, maka persamaan tidak berubah.
- Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa **tingkat penjualan yang tidak stabil pada toko Lunatic dipengaruhi oleh perbedaan arah tangga jalan** dan berdasar analisa hasil jawaban responden melalui pendekatan bauran pemasaran bahwa **harga** yang paling berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Kemudian diikuti secara berurutan oleh **Tempat, Produk**, dan faktor yang paling berpengaruh terakhir adalah **Promosi**.

## 6.2 Saran Perencanaan Strategi

Saran yang diberikan pada tugas akhir ini dapat ditujukan secara umum bagi toko toko yang berada di *Bandung Electronic Center (BEC)* dan secara khusus diperuntukan bagi toko toko yang mempunyai karakteristik sama dengan toko Lunatic, yaitu toko toko yang berada disekitar tangga jalan naik maupun tangga jalan turun. Menurut konsep bauran pemasaran, strategi yang dapat disarankan **berdasarkan tingkat kepentingan** dapat ditampilkan strategi sebagai berikut :

### **6.2.1 Harga**

- a. Toko toko di BEC sebaiknya memberikan harga murah dan bersaing , artinya pemilik toko perlu memantau harga harga yang terdapat pada toko toko sekitarnya
- b. Melakukan strategi dengan adanya potongan harga dan dengan memberikan bonus berupa *voucher* pulsa
- c. Mengadakan tawar menawar harga agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam membeli handphone
- d. Memberi garansi yang lebih lama pada produk yang dijual kepada konsumen

### **6.2.2 Tempat**

- a. Menempatkan Banner didepan toko untuk menarik perhatian konsumen
- b. Menjalin kerjasama dengan toko yang mempunyai karakter sejenis dengan toko Lunatic, yaitu toko toko yang berada dekat tangga jalan naik maupun tangga jalan turun, misalkan saja saling menitipkan produk produk masing sesama toko pada saat saat terjadinya penurunan penjualan.
- c. Membuat *display* toko semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen
- d. Menjalin kerjasama dengan toko sebelah, misalkan saja membuka sekat antara satu toko dengan toko lain agar terlihat besar, dan keuntungan lain yang didapat adalah mengurangi biaya pekerja serta pengeluaran lainnya dapat ditanggung bersama..
- e. Membuat tata letak toko dan pengaturan barang semenarik mungkin untuk menarik konsumen, misalnya saja dengan menambahkan lampu, dekorasi dan lain lain.

### **6.2.3 Produk**

- a. Menyediakan handphone yang sudah dikenal atau bermerk.

- b. Lebih banyak menyediakan handphone dengan merk Nokia.
- c. Menyediakan lebih banyak handphone dengan fitur kamera.
- d. Menyediakan lebih banyak handphone dengan bentuk standar.
- e. Menyediakan lebih banyak handphone dengan layar berwarna.
- f. Melihat banyaknya konsumen dalam memiliki kedua jenis handphone, yaitu CDMA dan GSM, toko dituntut untuk menyediakan *handphone* tersebut secara berimbang

#### **6.2.4 Promosi**

- a. Promosi yang paling efektif dan paling banyak dilihat oleh konsumen adalah dengan memasang iklan di koran
- b. Memberikan jaminan terhadap kualitas produk
- c. Melihat dari karakteristik yang didominasi oleh usia produktif atau anak muda maka yang menjadi masukan sebagai strategi adalah menyediakan kebutuhan yang dapat menarik minat anak muda seperti, menata interior dengan konsep anak muda, dan memperkerjakan pegawai menarik dan komunikatif.

#### **6.2.5 Saran Bagi Penelitian**

- ✓ Dalam membuat pernyataan pernyataan kuesioner untuk lebih spesifik dan jelas sehingga tidak membingungkan responden.
- ✓ Dalam membuat pernyataan pernyataan kuesioner, dalam satu kalimat harus mempunyai satu makna dan arti sehingga keinginan dari responden benar benar diketahui.
- ✓ Dapat dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap toko toko yang mempunyai karakteristik sama dengan toko Lunatic apakah fenomena permasalahan yang terjadi sama dengan toko Lunatic.

