

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profil konsumen di Salon Naomi yaitu sebagian besar mempunyai usia antara 21 tahun sampai 30 tahun, bermata pencaharian sebagai wiraswasta, memiliki pendapatan antara dua hingga tiga juta rupiah, frekuensi kedatangan ke salon kurang lebih setiap tiga minggu sekali, pernah datang ke Salon Naomi lebih dari sepuluh kali.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk datang ke salon adalah sebagai berikut :
 - Kenyamanan konsumen selama dilayani
 - Keramahan petugas
 - Petugas yang cekatan dalam melayani konsumen
 - Waktu menunggu yang tidak terlalu lama
 - Ruangan yang bersih
 - Kebersihan peralatan
 - Lokasi yang mudah dicapai dengan kendaraan pribadi
 - Kemudahan mendapatkan tempat parkir
 - Design interior yang menarik
 - Tata letak perabotan yang teratur dan rapi
 - Jenis pelayanan yang ditawarkan
 - Pilihan kosmetik yang disediakan
 - Harga yang relatif murah
 - Petugas berpenampilan rapi dan menarik
 - Lokasi yang mudah dicapai dengan kendaraan umum
 - Pilihan shampoo yang disediakan

- Dekat dengan tempat tinggal
 - Ruang salon yang cukup luas
3. Salon Naomi mempunyai posisi yang berbeda di benak konsumen dibandingkan dengan Salon Mahkota dan Salon Top. Keunggulan Salon Naomi dibandingkan dengan salon lain yaitu pada faktor :
- Harga
 - Lokasi salon yang mudah dicapai dengan kendaraan pribadi
 - Lokasi salon yang dekat dengan tempat tinggal
 - Lamanya waktu menunggu.
4. Salon Naomi dapat menerapkan usulan strategi pemasaran seperti di bawah ini:
- Memfokuskan kegiatan pemasaran pada konsumen yang berusia antara 21–30 tahun, memiliki pekerjaan wiraswasta, memiliki pendapatan antara dua hingga tiga juta rupiah.
 - *Product*
Mempelajari trend kecantikan terbaru dan melengkapi variasi pelayanan di Salon Naomi. Lebih memperhatikan dan melengkapi merk shampoo dan merk kosmetik yang diinginkan oleh konsumen.
 - *Price*
Memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu (Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis) saat permintaan menurun atau pada saat tidak ada permintaan. Potongan harga juga diberikan jika konsumen mengumpulkan bukti pembayaran atau menunjukkan kartu mahasiswa/kartu pelajar.
 - *Promotion*
Promosi dapat dilakukan lewat mulut ke mulut atau dengan membagikan brosur/menempel poster di tempat tertentu seperti tempat perbelanjaan sehingga konsumen dapat mengetahui jenis pelayanan terbaru yang disediakan dan juga diskon yang diberikan oleh Salon Naomi. Selain itu juga Salon Naomi dapat menarik konsumen baru untuk menggunakan jasa di Salon Naomi.

➤ *People*

Salon Naomi perlu melakukan training agar keterampilan petugas dalam melayani konsumen dapat ditingkatkan. Penampilan petugas pun perlu diperhatikan yaitu dengan menggunakan seragam.

➤ *Physical Evidence*

Menata peralatan salon dengan rapi, segera merapikan dan membersihkan peralatan salon yang telah digunakan, selalu menjaga kebersihan salon. Selain itu menambah kenyamanan suasana Salon Naomi dapat menggunakan alunan musik dengan menambahkan peralatan audio pada salon.

➤ *Process*

Salon Naomi harus membuat konsumen merasa nyaman selama dilayani dengan bertanya langsung kepada konsumen apakah konsumen merasa nyaman selama dilayani. Menambah jumlah petugas (part time) pada saat permintaan meningkat agar waktu menunggu yang dibutuhkan sampai giliran dilayani tidak terlalu lama.

6.2 Saran

Saran untuk Salon Naomi:

- Salon Naomi disarankan untuk tetap mempertahankan kelebihan yang sudah dimiliki.
- Segera memperbaiki kelemahan yang dimiliki oleh Salon Naomi dibandingkan dengan salon pesaing.
- Selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen

Saran untuk penelitian lebih lanjut:

- Pesaing tidak hanya yang berada \pm 1 km dari Salon Naomi saja, tapi dapat membandingkan pesaing hingga jarak lebih dari 1 km.
- Pesaing dapat ditambah dengan pesaing yang lebih besar.
- Pengambilan sampel tidak hanya yang berada di Salon Naomi saja, tetapi dari luar Salon Naomi dan yang belum pernah ke Salon Naomi.