

---

## **BAB 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Hasil pengolahan data menunjukkan informasi bahwa:

- a. Terdapat 21 indikator yang menjadi pertimbangan pemilik bengkel dalam membeli cat mobil yaitu kemudahan penyesuaian warna, harga murah, ketahanan warna, kemudahan diperoleh, kecepatan kering, kesesuaian harga dengan kualitas, kekentalan cat, waktu pencampuran warna, besarnya perbandingan warna dengan thinner, minimasi bahan tambahan, variasi warna, pemberian garansi, kelengkapan bahan pendukung, stabilitas warna cat, kekuatan tutup kaleng, luas daya tutup, daya kilap, promosi, kemudahan membuka tutup kaleng, keterkenalan merek dan logo yang menarik. Dari 21 indikator tersebut hanya 3 indikator yang tingkat kepentingannya berada di bawah rata-rata, yaitu kemudahan membuka tutup kaleng, keterkenalan merek dan logo yang menarik.
- b. Posisi cat mobil merek Pacigloss dibandingkan dengan merek pesaingnya berdasarkan persepsi pemilik bengkel:
  - ♣ Pacigloss unggul dari pesaingnya pada variabel-variabel harga murah, ketahanan warna, daya kilap, minimasi bahan tambahan, logo yang menarik, kemudahan membuka tutup kaleng, dan promosi.
  - ♣ Tetapi Pacigloss tertinggal dari pesaingnya pada variabel-variabel kekentalan cat, stabilitas warna, kesesuaian harga dengan kualitas, kemudahan penyesuaian warna, kekuatan tutup kaleng, kelengkapan bahan pendukung, waktu pencampuran warna, kecepatan kering, kemudahan diperoleh, besarnya perbandingan warna dasar dan thinner, luas daya tutup, keterkenalan merek, variasi warna, dan pemberian garansi.
- c. Diperoleh 5 atribut berada di kuadran penting-unggul yaitu harga murah, ketahanan warna, daya kilap, minimasi bahan tambahan dan promosi. Ada juga 7 atribut berada di kuadran kinerja baik-unggul yaitu 5 atribut di kuadran

penting-unggul ditambah atribut logo yang menarik dan kemudahan membuka tutup kaleng. Selain mempertimbangkan kuadran penting-unggul dan kuadran kinerja baik-unggul, juga mempertimbangkan tingkat kepuasan dan prioritas perbaikan sehingga paket nilai yang harus dipromosikan oleh PEP adalah:

- Diferensiasi utama : ketahanan warna dan minimasi bahan tambahan.
- Diferensiasi pendukung : harga murah, daya kilap, dan promosi.
- Diferensiasi tambahan : logo yang menarik dan kemudahan membuka tutup kaleng.

## **6.2. Saran**

### **6.2.1. Saran Bagi Perusahaan**

Untuk mencapai target penjualan, PEP Jawa Barat disarankan untuk:

1. Melakukan promosi yang terarah dan terfokus yaitu dengan menonjolkan keunggulan pada diferensiasi utama yang diperoleh berdasarkan persepsi pemilik bengkel.
2. Untuk membuktikan persepsi yang salah, ada baiknya PEP Jawa Barat melakukan demo produk dan melakukan uji perbandingan dengan merek pesaing.
3. Selain mengunjungi toko-toko cat, sebaiknya sales juga mengunjungi bengkel-bengkel NC untuk menjalin hubungan lebih baik dengan bengkel-bengkel NC sehingga dapat meningkatkan pemakaian cat Pacigloss.

### **6.2.2. Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut**

Karena pada penelitian ini tidak diketahui *Loyalty* pemilik bengkel terhadap merek cat, maka penelitian dapat dilanjutkan dengan pengukuran pada *Brand Loyalty* pemilik bengkel. Pengukuran dapat dilakukan secara nasional karena strategi persaingan tidak hanya dilakukan di Bandung.