BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Atribut – atribut yang dianggap penting oleh konsumen

- GPS yang ditawarkan selalu ada
- Kondisi GPS selalu baru
- GPS yang ditawarkan berkualitas baik
- Kehandalan GPS setelah dipasangkan pada mobil
- Gangguan pelacakan lewat *sms* atau *google map* setelah GPS digunakan
- Harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Kemudahan menemukan lokasi perusahaan
- Lokasi mudah dijangkau oleh kendaraan-kendaraan
- Promosi yang dilakukan melalui brosur
- Promosi yang dilakukan melalui iklan di majalah
- Promosi yang dilakukan melalui iklan di koran
- Promosi yang dilakukan melalui iklan di internet
- Terdapat diskon setelah beberapa kali melakukan pemasangan
- Terdapat diskon untuk pelanggan tetap
- Keramahan karyawan
- Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara pakai produk
- Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara perawatan produk
- Keterampilan teknisi dalam memasang produk
- Kesiapan karyawan saat konsumen membutuhkan
- Ketanggapan karyawan saat konsumen membutuhkan
- Pengetahuan staf pemasaran akan produk
- Kerapihan pakaian karyawan

- Ketelitian teknisi dalam pemasangan produk
- Proses pemesanan produk dengan cepat
- Proses pembayaran dapat dilakukan menggunakan *kredit card* atau transfer non tunai (*Debit BCA* atau *Flash*)
- Proses pembayaran yang cepat
- Aktifasi produk setelah pemasangan GPS
- Kecepatan proses pemasangan unit GPS
- Terdapat ruang tunggu bagi para pemilik mobil pada saat GPS sedang dipasang
- Tersedianya tempat parkir untuk pemasangan produk
- Terdapat penerangan yang memadai pada saat pemasangan produk

2. Tingkat loyalitas konsumen

- 72,3% seluruh variasi total tingkat loyalitas konsumen dapat diterangkan dengan model. Sisanya sebesar 27,7% diterangkan faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan ke dalam model.
- Persamaan model regresi y = 2,923 – 0,144 x2 + 0,184 x4 – 0,183 x6 + 0,204 x7 – 0,185 x9 + 0,284 x14 – 0,214 x15 + 0,257 x21 – 0,481 x24 + 0,287 x25
- Faktor yang paling mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen adalah:
    - Keramahan karyawan
    - Kesesuaian harga dengan kualitas GPS
    - Aktifasi produk dengan cepat setelah pemasangan GPS
    - Kerapihan pakaian karyawan
    - Gangguan pelacakan lewat *sms* atau *google map* setelah GPS digunakan
    - GPS yang ditawarkan berkualitas baik
    - Promosi yang dilakukan melalui brosur
    - Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara pakai produk
    - Harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor

- Proses pembayaran yang cepat

3. Variabel yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan penjualan:

- GPS yang ditawarkan berkualitas baik
- Gangguan pelacakan lewat *sms* atau *google map* setelah GPS digunakan
- Harga produk lebih murah dibandingkan kompetitor
- Kesesuaian harga dengan kualitas GPS
- Promosi yang dilakukan melalui brosur
- Keramahan karyawan
- Kesiapan karyawan saat konsumen membutuhkan
- Kerapihan pakaian karyawan
- Proses pembayaran dengan cepat
- Aktifasi produk dengan cepat setelah pemasangan GPS
- Kecepatan proses pemasangan unit GPS
- Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara pakai produk

4. Usulan yang diberikan

1. *Product*
   - GPS yang ditawarkan berkualitas baik
     - Meningkatkan kualitas GPS
     - Harga GPS Rp. 1.500.000 karena penghasilan konsumen hanya Rp. 2.600.000 – Rp. 5.000.000
   - Gangguan pelacakan lewat *sms* atau *google map* setelah GPS digunakan
     - Menggunakan pencari *signal* yang baik
2. *Price*
   - Harga produk lebih murah dibandingkan kompetitor
     - Mengecek harga pada kompetitor setiap ada kenaikan/penurunan harga.

- Harga GPS Rp. 1.500.000 karena penghasilan konsumen hanya Rp. 2.600.000 – Rp. 5.000.000

- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - Menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen dengan harga terjangkau tanpa mengabaikan kualitas
  - Harga GPS Rp. 1.500.000 karena penghasilan konsumen hanya Rp. 2.600.000 – Rp. 5.000.000

3. *Promotion*
   - Promosi yang dilakukan melalui brosur
     - Penyebaran brosur pada daerah ramai penduduk khususnya di Bandung Barat
4. *People*
   - Keramahan karyawan
     - Memberikan pelatihan pada karyawan
   - Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara pakai produk
     - Mengadakan pelatihan pada staf pemasaran dan memberikan pengetahuan lebih mengenai GPS
   - Kerapihan pakaian karyawan
     - Memberikan seragam pada karyawan
5. *Process*
   - Proses pembayaran yang cepat
     - Melatih kasir untuk menghitung secara cepat dan tepat terutama pada jam 13.00 – 18.59
   - Aktifasi produk setelah pemasangan GPS
     - Memasukkan data-data yang diperlukan dengan cepat dan tepat terutama pada jam 13.00 – 18.59

5. Yang menjadi target pasar PT.Sarana Bangun Sanggar Sejahtera adalah:

- Pekerjaan : Wiraswasta dan Karyawan Swasta
- Penghasilan : Rp. 2.600.000 – Rp. 5.000.000

- Waktu Kedatangan : 13.00 – 18.59
- Domisili : Bandung Barat

6. Besar pengaruh variabel-variabel terhadap loyalitas

- Semakin besar variabel gangguan pelacakan lewat *sms* atau *google map* setelah GPS digunakan maka tingkat loyalitas konsumen juga besar
- Semakin besar variabel kesesuaian harga dengan kualitas GPS maka tingkat loyalitas konsumen juga besar
- Semakin besar variabel keramahan karyawan maka tingkat loyalitas konsumen juga besar
- Semakin besar variabel kerapihan pakaian karyawan maka tingkat loyalitas konsumen juga besar
- Semakin besar variabel aktifasi produk dengan cepat setelah pemasangan produk maka tingkat loyalitas konsumen juga besar

6.1 Saran

Untuk Perbaikan Kinerja

- Keramahan karyawan yang menjadi variabel prioritas utama perbaikan.
- Kesesuaian harga dengan kualitas GPS menjadi variabel prioritas ke-2 perbaikan.
- Aktifasi produk dengan cepat setelah pemasangan GPS menjadi variabel prioritas ke-3 perbaikan
- Kerapihan pakaian karyawan menjadi prioritas ke-4 perbaikan.
- Gangguan pelacakan lewat sms atau google map setelah GPS digunakan menjadi variabel prioritas ke-5 perbaikan.
- GPS yang ditawarkan berkualitas baik menjadi variabel prioritas ke-6 perbaikan.
- Promosi yang dilakukan melalui brosur menjadi variabel prioritas ke-7 perbaikan.

- Kecakapan staf pemasaran dalam menjelaskan cara pakai produk menjadi variabel prioritas ke-8 perbaikan.
- Harga produk yang lebih murah dibandingkan kompetitor menjadi variabel prioritas ke-9 perbaikan.
- Proses pembayaran dengan cepat menjadi variabel prioritas ke-10 perbaikan.

Untuk Penelitian Lebih Lanjut

- Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai perencanaan dan pengendalian persediaan produk. Hal ini dikarenakan persediaan GPS di PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera tidak selalu ada.
- Perlu dilakukan penelitian lanjut mengenai perancangan ulang mengenai *layout* PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera. Hal ini dikarenakan *layout* PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera belum memenuhi syarat.
- Perlu dilakukan penelitian lanjut mengenai penentuan besarnya diskon yang diberikan untuk pelanggan tetap. Hal ini dikarenakan PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera belum memberikan diskon untuk pelanggan tetap.
- Perlu dilakukan penelitian lanjut mengenai perilaku konsumen pada waktu datang ke PT. Sarana Bangun Sanggar Sejahtera. Hal ini dikarenakan konsumen menumpuk pada jam-jam tertentu saja.