

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan dan analisis dalam penelitian Tugas Akhir ini, maka didapatkan:

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan salon mobil The Auto Bridal adalah :
 - *Product* terdiri dari keanekaragaman jenis pelayanan yang ditawarkan oleh pihak salon mobil, adanya keterangan mengenai macam-macam pelayanan yang ditawarkan oleh pihak salon mobil, menggunakan peralatan dan obat-obatan yang berkualitas.
 - *Price* terdiri dari adanya keterangan mengenai macam-macam harga pelayanan yang ditawarkan, adanya potongan harga untuk pengambilan paket-paket pelayanan tertentu, harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan salon mobil lain.
 - *Place* terdiri dari tempat yang strategis sehingga mudah dilihat konsumen, kejelasan papan nama
 - *Promotion* terdiri dari adanya promosi melalui media cetak (majalah, koran), adanya promosi melalui media elektronik (radio), adanya promosi melalui brosur, adanya kartu berlangganan, adanya promosi melalui stiker.
 - *People* terdiri dari keramahan petugas salon mobil dalam melayani konsumen, kesopanan petugas salon mobil dalam melayani konsumen, kecekatan petugas salon mobil dalam melayani konsumen, pengetahuan petugas salon mobil terhadap pelayanan yang ditawarkan.
 - *Physical Evidence* terdiri dari ruang tunggu yang bersih, ruang tunggu dengan penyejuk ruangan (AC), terdapat majalah mengenai otomotif, terdapat sarana hiburan (televisi), tersedianya *toilet*, pemberian air minum gratis bagi konsumen

- Proses terdiri dari waktu tunggu konsumen untuk dilayani tidak terlalu lama (< 30 menit), hasil pelayanan yang diberikan oleh petugas salon mobil sesuai dengan permintaan, alternatif pembayaran (kartu kredit, debit atau tunai)

2. Faktor yang perlu diperbaiki oleh The Auto Bridal adalah :

Faktor Utama terdiri dari :

- Adanya potongan harga untuk pengambilan paket-paket tertentu
- Adanya promosi melalui brosur
- Adanya promosi melalui media cetak (majalah, koran)
- Adanya promosi melalui media elektronik (radio)
- Terdapat majalah mengenai otomotif.

Faktor lainnya terdiri dari :

- Adanya daftar pelayanan yang ditawarkan oleh pihak salon mobil
- Menggunakan peralatan yang berkualitas
- Adanya daftar harga pelayanan yang ditawarkan
- Harga yang lebih murah dibandingkan dengan salon mobil lain
- Kejelasan papan nama
- Alternatif pembayaran (kartu kredit, debit atau tunai)
- Adanya promosi melalui penempelan stiker setelah mendapatkan perawatan

3. Variabel-variabel yang menjadi penentu dalam melakukan *Churn* adalah :

- Komponen 1 terdiri dari var 2 yaitu saya ingin mencoba jasa salon mobil baru, var 4 yaitu saya menginginkan mobil yang bersih dan keliatan seperti baru, dan var 7 yaitu saya mementingkan pelayan yang baik dari jasa salon mobil. Ketiga variabel tersebut termasuk dalam faktor teknologi.
- Komponen 2 terdiri dari var 1 yaitu Saya cenderung ketat dalam melakukan pengeluaran, var 6 yaitu Saya memilih jasa yang paling murah dan var 12 yaitu Saya cenderung membandingkan harga sebelum memutuskan menggunakan jasa salon mobil. Ketiga variabel tersebut termasuk dalam faktor ekonomi.
- Komponen 3 terdiri dari var 8 yaitu Saya memperhatikan kualitas hasil kerja dari jasa salon mobil, var 9 yaitu Saya memperhatikan ketelitian perawatan mobil dan var 11 yaitu Saya selalu bertanya tentang kemampuan jasa salon mobil

sebelum menggunakannya. Ketiga variabel tersebut termasuk dalam faktor kualitas.

- Komponen 4 terdiri dari var 3 yaitu Saya mudah terpengaruh oleh pendapat orang lain untuk memilih jasa salon mobil (contoh : teman, keluarga, dan lain-lain) dan var 10 yaitu Saya mementingkan jaminan (rasa aman) yang dapat saya peroleh dari jasa salon mobil. Kedua variabel tersebut termasuk dalam faktor sosial atau psikologis.
 - Komponen 5 terdiri dari var 5 yaitu Saya lebih suka menggunakan jasa yang dekat tempat tinggal saya, var 13 yaitu Saya lebih suka menggunakan jasa yang dekat tempat dengan tempat saya beraktivitas (Contoh tempat kerja, kampus, dan lain-lain) dan var 14 yaitu Saya merasa nyaman dengan salon mobil yang telah lama saya gunakan sekarang. Ketiga variabel tersebut termasuk dalam faktor kenyamanan.
4. Upaya perbaikan yang harus dilakukan oleh The Auto Bridal :
- Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan peralatan yang digunakan seperti lap mobil, *vaccum cleaner*, semprotan air dan lain-lain serta mengecek peralatan yang digunakan setiap satu bulan sekali agar kualitas pekerjaan tetap baik.
 - Perusahaan sebaiknya membuat kombinasi pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pada saat ini hanya tersedia paket secara keseluruhan yang terdiri dari *exterior, interior dan engine*. Sebaiknya dapat melakukan kombinasi paket lainnya agar harganya lebih murah.
 - Perusahaan sebaiknya memasang iklan di majalah Automobil, di koran Pikiran Rakyat dan Tribun Bandung, di tabloid Otomotif, di radio Autoradio dan OZ FM. Selain itu juga membuat spanduk yang bertuliskan diskon pada jam 10.01-16.00 dan 19.01-22.00. Membuat kartu berlangganan dan database bagi para pengunjung. Brosur dibagikan kerumah-rumah, kampus serta *showroom* mobil yang ada di Bandung Utara.
 - Papan nama dibuat dengan ukuran lebih besar dan dibuat dengan menarik serta warna sesuai logo perusahaan.
 - Perusahaan membuat daftar harga dan pelayanan dengan ukuran lebih besar serta jumlahnya 2 buah. Perusahaan berlangganan majalah Automobil dan koran

Pikiran Rakyat serta Tribun Bandung.

- Sebaiknya Manajer operasional merangkap sebagai QC dan tenaga public relation dibantu oleh tenaga administrasi
- Sebaiknya perusahaan bekerja sama dengan bank seperti BCA dan perusahaan kartu kredit seperti Citibank untuk menyediakan alternatif alat pembayaran. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan juga sebaiknya diadakan *training* bagi karyawan baru selama 1 bulan.

6.2 Saran

Beberapa saran yang diajukan oleh penulis untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat meneliti persaingan salon mobil The Auto Bridal dengan para pesaingnya.
2. Peneliti selanjutnya dapat meneliti kapasitas The Auto Bridal.
3. Manajemen The Auto Bridal dapat membuat database terhadap konsumen yang datang sehingga dapat menjadi dasar penilaian konsumen yang dapat memberi keuntungan (*valuable*) yang menjadi pelanggan setia dan ini dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya.