

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dengan pengolahan data yang dibuat dari semua penelitian yang dilakukan, maka jawaban dari perumusan masalah yang dibuat pada bab 1 dapat terjawab. Berikut adalah kesimpulan yang dari perumusan masalah:

1. Faktor–faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih celana jeans, yaitu:
 - Kerapihan jahitan dalam celana jeans.
 - Kekuatan jahitan dalam celana jeans.
 - Ketahanan warna jeans.
 - Model-model jeans yang selalu *uptodate*.
 - Ketahanan bahan jeans.
 - Kenyamanan bahan jeans.
 - Jaminan penukaran terhadap produk yang cacat.
 - Kerapihan packing pada celana jeans.
 - Kebersihan packing pada celana jeans.
 - Kemudahan dalam penukaran produk yang cacat.
 - Tersedianya berbagai model pada celana jeans.
 - Keragaman dari motif jeans.
 - Keragaman warna jeans.
 - Harga yang sesuai terhadap kualitas produk jeans.
 - Harga yang sesuai terhadap *brand* celana jeans.
 - Transaksi pembayaran secara *debit card*.
 - Transaksi pembayaran secara *credit card*.
 - Transaksi pembayaran secara tunai.
 - Adanya harga produk yang tertera di *hantag*.
 - Letak *Outlet* di pusat kota.
 - Kenyamanan suasana *Outlet*.

- Letak *Outlet* banyak dilalui kendaraan umum.
- Kemudahan dalam menemukan produk jeans Kaesfa di setiap *Outlet- Outlet*.
- Adanya promosi produk di internet.
- Adanya promosi produk di media cetak.
- Adanya diskon pada produk yang dipasarkan pada waktu-waktu tertentu.

2. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang Dapat Diusulkan Untuk CV. Mulyana Santosa, yaitu:

Target pasar yang akan diusulkan untuk CV. Mulyana Santosa dari segi segmentasi yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan per bulan, uang saku per bulan (demografis), rata-rata belanja per sekali transaksi, alasan utama membeli produk celana Kaesfa di FO, seberapa sering membeli produk Kaesfa di FO (psikografis), dan tempat tinggal (geografis). Kemudian dilakukan *targeting* yaitu orang-orang yang berjenis kelamin wanita yang berumur 17-30 tahun dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dan pelajar yang mempunyai penghasilan sebesar Rp 1.600.000-Rp 6.999.999 dan mempunyai uang saku Rp 1.200.000-Rp 1.999.999 dan Konsumen yang mengeluarkan biaya dalam range Rp 250.000-Rp 499.999 per sekali transaksi. Dari data yang diperoleh maka CV. Mulyana dapat memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang dapat memproduksi produk celana jeans Kaesfa yang mengedepankan kualitas produk yang baik.

3. Kondisi kepuasan konsumen terhadap CV. Mulyana Santosa

Dari hasil uji gap hanya terdapat 1 variabel (adanya promosi di internet) yang menyatakan bahwa konsumen belum merasa puas atas pelayanan dari CV. Mulyana Santosa, sedangkan pada IPA terdapat 13 variabel dimana nilai kepuasan konsumen

lebih kecil dibandingkan nilai kepentingan terhadap CV. Mulyana Santosa, yaitu:

- Adanya promosi produk di internet
- Kekuatan jahitan jeans
- Jaminan penukaran terhadap produk jeans yang cacat
- Kerapihan packing pada celana jeans
- Kemudahan dalam penukaran produk jeans yang cacat
- Tersedianya berbagai model pada celana jeans
- Keragaman motif jeans
- Kesesuaian harga terhadap kualitas produk jeans
- Adanya harga produk yang tertera di *hantag*
- Letak *Outlet* di pusat kota
- Kenyamanan suasana *Outlet*
- Letak *Outlet* banyak dilalui kendaraan umum
- Kemudahan dalam menemukan produk jeans Kaesfa di setiap *Outlet-Outlet*

4. Usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen CV. Mulyana Santosa agar dapat meningkatkan penjualan CV. Mulyana Santosa, yaitu:

Prioritas Perbaikan Utama

- Promosi di internet agar lebih cepat dan lebih dilengkapi dengan foto-foto produk yang terbaru, agar tidak lambat untuk menyampikan informasi produk celana jeans yang terbaru.

Prioritas Perbaikan Kedua

- Menggunakan benang yang lebih tebal agar jahitan tetap kuat atau tidak putus.
- Lebih menerima (tidak perlu mencari tahu sebab dari produk yang cacat apa itu dari kesalahan konsumen atau kesalahan dari

- perusahaan) jika ada konsumen yang menukarkan produk jeans yang cacat.
- Lebih menjaga atau pengecekan ulang kerapihan celana jeans pada saat packing .
 - Mempermudah dalam penukaran jeans yang cacat, jangan membuat konsumen menunggu terlalu lama.
 - Memproduksi celana jeans dengan model sesuai dengan target pasar.
 - Motif-motif dalam jeans disesuaikan dengan target pasar.
 - Lebih memperhatikan kualitas jeans agar harga dapat disesuaikan.
 - Selalu memeriksa tersedianya harga produk celana di *hantag*, agar konsumen tidak perlu repot-repot menghubungi pelayan.
 - Untuk *Outlet* Player Tamim yang terletak di Jalan Pasar Selatan sebaiknya lebih memilih tempat yang lebih strategis, agar konsumen tidak kesulitan untuk mengunjungi lokasi *Outlet*.
 - Suasana *Outlet* lebih diperhatikan baik dari kebersihannya maupun pendingin ruangan, musik harus tetap menyala agar konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.
 - Sebaiknya memilih tempat untuk dijadikan *Outlet* harus banyak dilalui kendaraan umum agar mempermudah konsumen dalam mendatanginya, seperti Player Tamim yang sulit dilalui kendaraan umum.
 - Dalam penataan produk sebaiknya ditata lebih rapih jangan tercampur dengan produk jeans lainnya agar konsumen dapat lebih gampang dalam menemukan produk jeans Kaesfa.

Yang harus dipertahankan

- Kerapihan jahitan jeans.
- Ketahanan warna jeans.
- Model-model celana yang *uptodate*.
- Ketahanan bahan jeans.
- Kenyamanan bahan jeans.
- Kebersihan packing pada celana jeans.
- Keberagaman warna jeans.
- Kesesuaian harga terhadap *brand* celana jeans.
- Transaksi pembayaran secara *debit card*.
- Transaksi pembayaran secara *credit card*.
- Transaksi pembayaran secara tunai.
- Adanya promosi produk di media cetak.
- Adanya diskon pada produk yang dipasarkan pada waktu-waktu tertentu.

6.2 Saran

6.2.1 Saran untuk CV. Mulyana Santosa

- Dalam pelaksanaan kegiatan promosi hendaknya perusahaan tidak hanya tertuju pada peningkatan hasil penjualan dalam jangka pendek saja akan tetapi dalam mengadakan kegiatan promosi hendaknya selalu mengamati pola tingkah laku dan motif-motif pembelian para konsumen, hal ini dimaksudkan agar perusahaan mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen, dan akhirnya dapat merancang kebijakan promosi yang lebih efektif & efisien.
- Sebaiknya perusahaan memperbaiki pelayanan-pelayanan yang belum memuaskan konsumen dengan memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran agar konsumen dapat merasakan puas terhadap produk dari CV. Mulyana Santosa.

6.2.2 Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

- Peneliti ada baiknya untuk mengadakan riset dalam meneliti serta menganalisa data-data yang diperoleh mengenai strategi dan kebijaksanaan dari perusahaan lain, terutama mengenai: produk, promosi, mutu, harga maupun saluran distribusinya. Dengan adanya data-data tersebut, perusahaan dapat mengikuti perkembangan kegiatan pemasaran dari produknya.
- Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan dengan metode *Cluster Analysis*, membahas di dunia persaingan, dan dapat menggunakan metode Brand Equity.