

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Konsumen dikatakan penting apabila memberikan nilai 3 keatas pada kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa variabel yang dinilai penting hingga sangat penting dalam menggunakan produk. Diantaranya sebagai berikut :

- Kemudahan dalam membuka tutup botol
- Ketersediaan segel pada tutup botol
- Keceragaman warna dan kekentalan antara produk yang dihasilkan
- Kesesuaian volume produk dengan volume yang tertera pada label kemasan produk
- Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada kemasan
- Kestabilan rasa produk dalam setiap periode produksi
- Ketersediaan ijin dari departemen kesehatan
- Ketersediaan ijin usaha dari pemerintah
- Ketersediaan informasi mengenai bahan yang digunakan untuk membuat produk tahan lama pada label kemasan produk
- Ketersediaan informasi mengenai bahan pewarna yang digunakan pada label kemasan produk
- Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk
- Kemudahan untuk menemukan tempat penjualan produk
- Kemudahan proses pemesanan (bisa diakses lewat beberapa media komunikasi)
- Kecepatan proses pengiriman produk
- Kebersihan pabrik
- Kerapian pabrik
- Kerapian pabrik dalam membungkus produk

2. Konsumen dikatakan puas jika memberikan nilai 3 pada pengisian kuesioner. Penilaian ini sama dengan penilaian tingkat kepentingan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ada 2 variabel yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yaitu Ketersediaan ijin dari departemen kesehatan dan Ketersediaan ijin usaha dari pemerintah. Sedangkan konsumen masih merasakan ketidakpuasan pada variabel :

- Kemenarikan desain label pada kemasan produk
- Kemudahan dalam membuka tutup botol
- Ketersediaan segel pada tutup botol
- Keseragaman warna dan kekentalan antara produk yang dihasilkan
- Kesesuaian volume produk dengan volume yang tertera pada label kemasan produk
- Ketersediaan isi ulang (refill) pada produk
- Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada kemasan
- Kestabilan rasa produk dalam setiap periode produksi
- Ketersediaan informasi mengenai bahan yang digunakan untuk membuat produk tahan lama pada label kemasan produk
- Ketersediaan informasi mengenai bahan pewarna yang digunakan pada label kemasan produk
- Kesesuaian bahan yang digunakan pada produk dengan aturan pemerintah
- Kesesuaian harga produk dengan harga rata-rata produk yang sejenis yang ada di pasaran
- Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk
- Kemudahan untuk menemukan tempat penjualan produk
- Kejelasan informasi produk yang disampaikan pada saat penjualan (perkenalan) produk secara langsung
- Kelengkapan informasi produk yang disampaikan pada saat penjualan (perkenalan) produk secara langsung

- Ketersediaan diskon pada konsumen bila membeli dalam kuantitas tertentu
 - Keandalan staf perusahaan (staf penjualan) dalam melayani keluhan konsumen
 - Keandalan staf perusahaan (staf penjualan) dalam melayani pertanyaan konsumen
 - Keramahan staf perusahaan (staf penjualan) dalam melayani pembeli
 - Kemudahan proses pemesanan (bisa diakses lewat beberapa media komunikasi)
 - Kecepatan proses pengiriman produk
 - Kebersihan pabrik
 - Kerapian pabrik
 - Kerapian pabrik dalam membungkus produk
3. Berdasarkan analisa segmentasi, targetting, dan positioning, maka segmen yang cocok bagi Pabrik THG adalah wanita, golongan ekonomi menengah keatas, cenderung mencoba merek satu dengan yang lainnya, profesi beragam, dan mayoritas konsumen baru. Targetting yang tepat yaitu wanita dan merupakan golongan ekonomi menengah ke atas. Positioning yang sesuai yaitu **Berkualitas Untuk Semua**.
4. Berdasarkan pengolahan data menggunakan regresi berganda, didapatkan bahwa adanya hubungan yang linear antara strategi bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen. Berdasarkan regresi, diketahui ada 2 variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu Kemenarikan desain pada label kemasan produk dan Kerapian pabrik. Dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0.567 + 0.214X_1 + 0.428X_{26}$$

Pada persamaan regresi, dapat dilihat bahwa variabel Kemenarikan desain pada label kemasan produk dan Kerapian pabrik memiliki nilai positif yang berarti terdapat hubungan yang positif antara variabel tersebut dan loyalitas konsumen. Hubungan yang positif artinya apabila variabel tersebut memiliki

peningkatan dalam performansi maka loyalitas konsumen akan semakin meningkat.

5. Berdasarkan serangkaian uji yang telah dilakukan pada penelitian, strategi bauran pemasaran yang baik yaitu :

- *Product* (Produk)
 - Desain Menarik
 - Tersedia informasi mengenai bahan pewarna yang digunakan pada label kemasan.
 - Tutup botol mudah dibuka
 - Rasa produk kecap yang stabil setiap periode produksi
 - Tersedia informasi mengenai bahan yang membuat produk tahan lama pada label.
 - Terdapat segel pada tutup botol
 - Volume produk yang sesuai dengan volume yang tertera pada kemasan produk.
 - Tersedia tanggal kadaluarsa
 - Warna dan kekentalan produk seragam.
 - Terdapat ijin usaha dari pemerintah
 - Terdapat ijin dari departemen kesehatan
 - Tersedia isi ulang untuk produk
 - Bahan yang digunakan sesuai dengan aturan pemerintah
- *Price* (Harga)
 - Harga produk harus sesuai dengan kualitas produk.
 - Harga produk sebaiknya sesuai dengan harga produk yang ada di pasaran.
- *Place* (Tempat)
 - Tempat penjualan produk harus mudah ditemukan.
- *Promotion* (Promosi)
 - Informasi yang disampaikan saat penjualan langsung sebaiknya diberikan oleh staf penjualan dengan lengkap dan jelas.

- Tersedia diskon bagi konsumen bila membeli dalam jumlah tertentu.
- *Process* (Proses)
 - Proses pemesanan sebaiknya dapat dilakukan dengan mudah dan dapat diakses dalam beragam media komunikasi.
 - Pabrik sebaiknya menjaga kecepatan dalam proses pengiriman produk.
- *People* (Orang)

Staf penjualan harus ramah, dapat melayani pertanyaan dan keluhan konsumen dengan baik.
- *Physical Evidence* (Bukti Nyata)

Pabrik harus rapi dalam membungkus produk, karena dapat dilihat oleh konsumen secara langsung, selain itu, pabrik juga harus dapat menjaga kebersihan dan kerapiannya, karena konsumen dapat membeli produk di pabrik dan dapat melihat secara langsung kondisi di dalam pabrik.

6.2 Saran

Saran untuk pabrik THG, sebaiknya pabrik THG perlu meningkatkan performansi pada kerapian pabrik karena merupakan variabel yang terbukti berpengaruh dan mendapatkan prioritas perbaikan yang paling penting, yaitu dengan . meninjau ulang kerapian pabriknya, yaitu dengan merapikan kembali perabotan memasak sehabis menggunakan sehingga tidak tercecer dan tidak mengganggu proses memasak produk. Variabel yang mendapatkan prioritas perbaikan berikutnya adalah kemenarikan desain label pada kemasan, yaitu dengan memberikan gambar-gambar masakan, resep-resep masakan yang dapat menarik para wanita untuk mencoba menggunakan. Untuk mempertimbangkan kesan “old fashioned” yang selama ini dipakai oleh pabrik THG, maka bisa diberikan tulisan tahun berdiri pabrik kecap, penggunaan warna yang memberikan kesan lembut dan tidak mencolok.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebaiknya pesaing-pesaing produk yang diteliti juga perlu diperhitungkan dalam penelitian, karena merupakan faktor yang juga mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Selain itu, metode yang digunakan dapat lebih dikembangkan lagi agar dapat memberikan saran yang lebih baik lagi pada perusahaan. Waktu untuk melakukan penelitian sebaiknya lebih lama sehingga penelitian dapat dilakukan secara menyeluruh dan dapat membahas semua masalah yang melatarbelakangi penelitian.