

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Data yang didapatkan dari hasil pengolahan kuesioner awal adalah data tentang faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih salon.

1. Faktor-faktor yang Dipentingkan Konsumen Dalam Memilih Salon

- ❖ Keanekaragaman jenis pelayanan yang ditawarkan
- ❖ Adanya keterangan tertulis mengenai macam-macam pelayanan yang ada
- ❖ Adanya keterangan yang mengenai macam-macam harga pelayanan yang ditawarkan
- ❖ Menggunakan peralatan dan obat-obatan salon yang berkualitas
- ❖ Harga yang lebih terjangkau dibandingkan salon lain
- ❖ Harga yang sesuai kualitas
- ❖ Adanya potongan harga untuk pengambilan paket-paket pelayanan tertentu
- ❖ Adanya potongan harga untuk *event-event* tertentu
- ❖ Letak salon yang strategis
- ❖ Letak salon dilalui kendaraan umum
- ❖ Adanya promosi melalui media cetak
- ❖ Adanya promosi melalui media elektronik
- ❖ Adanya promosi melalui media internet
- ❖ Keramahan karyawan salon
- ❖ Kesopanan karyawan salon
- ❖ Pengetahuan karyawan mengenai jenis-jenis pelayanan yang ditawarkan
- ❖ Pengetahuan karyawan tentang merk produk yang digunakan
- ❖ Keterampilan karyawan dalam melayani permintaan konsumen
- ❖ Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen

- ❖ Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah
- ❖ Keterbukaan pihak salon untuk menerima saran dan kritik dari konsumen
- ❖ Kecepatan dalam pelayanan
- ❖ Kenyamanan saat dilayani
- ❖ Ketepatan dalam perhitungan harga
- ❖ Cara pembayaran menggunakan kartu debit
- ❖ Cara pembayaran menggunakan kartu kredit
- ❖ Kebersihan salon
- ❖ Kebersihan peralatan salon
- ❖ Penerangan yang memadai
- ❖ Adanya ruang tunggu
- ❖ Salon mudah dilihat dari jalan
- ❖ Keamanan area parkir
- ❖ Sirkulasi udara yang baik
- ❖ AC berfungsi dengan baik
- ❖ *Interior* salon yang menarik
- ❖ *Eksterior* salon yang menarik
- ❖ Model rambut *up to date*

2. Kelebihan-kelebihan dan Kelemahan-kelemahan yang Dimiliki Oleh Salon Imura Dibandingkan Dengan Salon Lainnya

Kelebihan-kelebihan :

- ❖ Adanya potongan harga untuk pengambilan paket-paket pelayanan tertentu
- ❖ Adanya potongan harga untuk *event-event* tertentu
- ❖ Adanya promosi melalui media cetak
- ❖ Adanya promosi melalui media elektronik
- ❖ Kesopanan karyawan salon
- ❖ Pengetahuan karyawan tentang merk produk yang digunakan
- ❖ Keterampilan karyawan dalam melayani permintaan konsumen
- ❖ Cara pembayaran menggunakan kartu debit
- ❖ Cara pembayaran menggunakan kartu kredit
- ❖ Kebersihan salon
- ❖ Kebersihan peralatan salon
- ❖ Kebersihan *toilet*
- ❖ AC berfungsi dengan baik
- ❖ *Interior* salon yang menarik
- ❖ *Eksterior* salon yang menarik

Kelemahan-kelemahan :

- ❖ Keanekaragaman jenis pelayanan yang ditawarkan
- ❖ Adanya keterangan mengenai macam-macam pelayanan yang ada
- ❖ Adanya promosi melalui media internet
- ❖ Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen
- ❖ Keterbukaan pihak salon untuk menerima saran dan kritik dari konsumen
- ❖ Ketepatan dalam perhitungan harga
- ❖ Penerangan yang memadai
- ❖ Sirkulasi udara yang baik

3. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Salon Imura

Tabel 6.1
Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Atribut	% tingkat kepuasan
1	Keanekaragaman jenis pelayanan yang ditawarkan (cth: <i>spa</i> , <i>hairmask</i> , dll)	64.00%
2	Adanya keterangan mengenai macam-macam pelayanan yang ada	66.75%
3	Adanya keterangan mengenai macam-macam harga pelayanan yang ditawarkan	64.00%
4	Menggunakan peralatan dan obat-obatan salon yang berkualitas (cth: <i>steamer</i> , <i>hairdryer</i> , dll)	74.00%
5	Harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan salon lain	69.00%
6	Harga yang sesuai dengan kualitas	65.75%
7	Adanya potongan harga untuk pengambilan paket-paket pelayanan tertentu	66.50%
8	Adanya potongan harga untuk <i>event-event</i> tertentu	65.75%
9	Letak salon yang strategis (berada di pusat kota/mall)	72.00%
10	Letak salon dilalui kendaraan umum	74.00%
11	Adanya promosi melalui media cetak (majalah, koran, brosur, dll)	79.50%
12	Adanya promosi melalui media elektronik (radio, tv, dll)	77.75%
13	Adanya promosi melalui internet (cth: twitter, facebook, dll)	77.50%
14	Keramahan karyawan salon	66.50%
15	Kesopanan karyawan salon	65.75%
16	Pengetahuan karyawan mengenai jenis-jenis pelayanan yang ditawarkan	78.50%
17	Pengetahuan karyawan tentang merk produk yang digunakan (cth: <i>makarizo</i> , <i>xp</i>)	66.50%
18	Keterampilan karyawan dalam melayani permintaan konsumen	81.50%
19	Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen	75.00%
20	Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah	77.25%
21	Keterbukaan pihak salon untuk menerima saran dan kritik	70.50%
22	Kecepatan dalam pelayanan	72.50%
23	Kenyamanan saat dilayani	81.50%
24	Ketepatan dalam perhitungan harga	72.00%
25	Cara pembayaran menggunakan kartu debit	77.25%
26	Cara pembayaran menggunakan kartu kredit	74.50%
27	Ketersediaan makanan dan minuman	81.50%
28	Kebersihan salon	86.00%
29	Kebersihan peralatan salon (cth: <i>sisir</i> , <i>handuk</i> , dll)	88.00%
30	Kebersihan <i>toilet</i>	72.75%
31	Penerangan yang memadai	70.50%
32	Adanya ruang tunggu	65.25%
33	Salon mudah dilihat dari jalan	64.50%
34	Adanya area parkir yang memadai	81.50%
35	Keamanan area parkir	81.75%
36	Sirkulasi udara yang baik	68.75%
37	AC berfungsi dengan baik	75.00%
38	<i>Interior</i> salon yang menarik	67.00%
39	<i>Eksterior</i> salon yang menarik	67.00%
40	Model rambut <i>up to date</i>	64.75%

4. Hasil *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* Salon Imura

- *Segmentation*

Tabel 6.2
Segmentasi

Jenis	Segmentasi
Jenis Kelamin	Pria
	Wanita
Usia	13 - 18 tahun
	19-30 tahun
	31-55 tahun
	> 55 tahun
Pekerjaan	Pelajar
	Mahasiswa
	Pegawai Swasta
	Pegawai Negeri
	Wiraswasta
Daerah Tempat Tinggal	Lainnya...
	Bandung Utara
	Bandung Selatan
	Bandung Kota
Penghasilan	Lainnya...
	≤ Rp 1,2 juta
	Rp 1,3 juta - Rp 3 juta
	Rp 3,1 juta - Rp 5 juta
Uang Saku	> Rp 5 juta
	< Rp 600.000
	Rp 600.000 - < Rp 1 juta
	Rp 1 juta - < Rp 3 juta
Frekuensi ke salon	≥ Rp 3 juta
	1 minggu sekali
	1 minggu dua kali
	2 minggu sekali
	1 bulan sekali
Pengeluaran untuk salon	Lainnya...
	≤ Rp 50.000
	Rp 50.000 < Pengeluaran ≤ Rp 150.000
	Rp 150.000 < Pengeluaran ≤ Rp 500.000
Mengetahui Salon Imura	> Rp 500.000
	Teman
	Koran
	Kebetulan Lewat
Tujuan pergi ke salon	Lainnya...
	Cuci dan gunting rambut
	Perawatan Rambut (<i>creambath, hairmask</i>)
	<i>Hair-extension, smoothing, colouring</i>
	<i>Menicure dan pedicure</i>
	Lainnya...

- *Targeting*

Target pasar Salon Imura adalah wanita berumur 13-18 tahun dan 19-30 tahun yang berprofesi sebagai pegawai swasta (penghasilan per bulan diatas Rp 3.100.000,00) dan pelajar/mahasiswa (uang saku per bulan diatas Rp 1.000.000,00), yang lokasi tempat tinggalnya di daerah Bandung Kota, hal ini disebabkan karena lokasi dari Salon Imura ini berada di kawasan Bandung Kota.

- *Positioning*

Positioning untuk Pihak Salon Imura memposisikan dirinya sebagai salon yang menarik, bersih, dan nyaman hal ini dapat ditunjukkan dengan desain *interior* dan *eksterior* yang baik jika dibandingkan salon yang lain. Salon Imura juga ingin memberi kesan tidak hanya salonnya yang menarik, bersih, dan nyaman akan tetapi pada saat konsumen datang ke Salon Imura, konsumen juga merasa dirinya menjadi menarik, bersih, serta nyaman dipandang dengan slogan “ Clean and Beauty ” yang berarti salon yang bersih, menarik, dan nyaman akan memberikan kebersihan, kemenarikan (kecantikan), dan kenyamanan juga pada konsumen yang datang ke Salon Imura.

5. Strategi Bauran Pemasaran yang Dapat Dilakukan Salon Imura Agar Dapat Mengungguli Salon-salon Lain yang Sudah Lebih Berkembang

Prioritas pertama :

- ❑ Pihak salon ada kontak langsung dengan konsumen dengan cara berbincang secara langsung untuk mengetahui saran dan kritik dari konsumen serta 1 tahun sekali ada form saran dan kritik yang diisi oleh konsumen.
- ❑ Ada tambahan lampu atau jendela atau menggunakan meja salon yang memiliki lampu yang sudah terpasang pada meja tersebut supaya penerangannya memadai.
- ❑ Memberikan pelatihan kepada karyawan sebagai kasir dan menetapkan harga yang bulat.
- ❑ Membuat iklan yang lebih menarik di media social seperti *facebook* dan *twitter* serta membuat akun Salon Imura semenarik mungkin dan dapat *update* setiap kegiatan maupun promo-promo di Salon Imura.

Prioritas kedua :

- ❑ Pemasangan papan nama yang lebih menarik dan desain *eksterior* yang berbeda dengan bangunan di sebelah Salon Imura.
- ❑ Meningkatkan pengetahuan *stylist* terhadap model rambut dari waktu ke waktu
- ❑ Desain ruang tunggu yang lebih menarik seperti ada sofa/kursi yang bentuknya unik
- ❑ Ada evaluasi setiap bulannya untuk meningkatkan keramahan karyawan
- ❑ Ada paket-paket tertentu yang disediakan
- ❑ Membuka cabang di mall
- ❑ Pemeriksaan alat-alat salon secara berkala dan menggunakan merek peralatan salon serta obat-obatan salon yang umum tetapi berkualitas
- ❑ Pemutaran musik-musik yang memberikan kenyamanan.

6.2 Saran

Saran untuk Salon Imura sebaiknya meningkatkan keanekaragaman jenis pelayanan yang ditawarkan karena merupakan variabel yang konsumen anggap

sangat penting dengan cara menyediakan ruangan dan peralatan untuk menunjang jenis pelayanan baru dan memberikan pelatihan kepada karyawan tentang jenis pelayanan yang lain.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah saat melakukan wawancara di salon, tidak hanya mewawancarai pemilik salon tetapi juga mewawancarai karyawan yang bekerja di salon, membahas perhitungan target penjualan yang ditetapkan oleh salon dan metode yang digunakan dapat lebih dikembangkan lagi agar dapat memberikan saran yang lebih baik lagi pada perusahaan.