

# **BAB VI**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan di PT.WKA maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen PT.WKA selama ini masih merasakan belum puas dengan keluhannya sebagai berikut:
  - Kurangnya variasi warna batu kristal
  - Kurangnya variasi model batu kristal
  - Kualitas produk yang diterima kurang terjamin keasliannya
  - Produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan sampel produk
  - Konsumen mengalami kesulitan pada saat melakukan retur untuk produk yang rusak pada saat pengiriman
  - Konsumen merasakan ketidaksesuaian penggantian produk yang rusak
  - Plang toko PT.WKA yang sulit dilihat atau ditemukan
  - Jalan disekitar toko PT.WKA sulit diakses/ tidak dilalui oleh kendaraan umum
  - Harga produk yang ditawarkan oleh PT.WKA tidak sesuai dengan kualitas barangnya
  - Harga batu kristal PT.WKA tidak bersaing dengan harga dipasaran
  - Frekuensi diskon yang dilakukan oleh PT.WKA minim
  - Besaran potongan harga yang diberikan kepada konsumen tidak memuaskan
  - Konsumen kesulitan memperoleh informasi dari PT.WKA
  - SPG PT.WKA tidak sigap didalam melayani konsumen

- SPG PT.WKA tidak memiliki pengetahuan khusus dan mendalam mengenai batu kristal sehingga tidak dapat memberikan saran atau solusi bagi konsumen
  - Ruang tunggu konsumen PT.WKA yang kurang nyaman
  - Pencahayaan ruangan toko PT.WKA yang kurang baik
2. Dilihat dari plot data matriks IPA, diketahui bahwa performansi PT.WKA yang kurang baik dan berada pada kuadran I dan II hanya sebanyak 12 variabel. Namun jika dilihat secara keseluruhan nilai kepentingan lebih rendah daripada nilai performansi pada variabel variabel dibawah ini:
- Kurangnya variasi warna batu kristal
  - Kurangnya variasi model batu kristal
  - Kurangnya variasi ukuran batu kristal
  - Kualitas produk yang ditawarkan terjamin keasliannya
  - Produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan sampel produk
  - Kemudahan penggantian produk yang rusak pada saat pengiriman
  - Kesesuaian penggantian produk yang rusak saat pengiriman
  - Lokasi PT.WKA yang terletak ditepi jalan besar
  - Plang toko PT.WKA mudah dilihat/ ditemukan
  - Jalan disekitar toko dilalui oleh kendaraan umum
  - Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk
  - Harga bersaing dengan kondisi harga pasaran
  - Frekuensi diskon oleh perusahaan
  - Besaran potongan harga untuk konsumen
  - Keragaman informasi media elektronik
  - Proses pengemasan produk yang sesuai dengan permintaan
  - Proses pengiriman produk yang sesuai dengan pesanan
  - Pengetahuan produk yang baik oleh SPG
  - Pengetahuan produk yang baik oleh salesman
  - Kesigapan salesman menangani keluhan konsumen

- SPG memiliki kemampuan untuk memberikan saran desain perhiasan
  - Pencahayaan ruangan toko yang baik
  - Ruang tunggu konsumen PT.WKA yang kurang nyaman
  -
3. Secara keseluruhan konsumen PT.WKA yang sudah ada selama ini tergolong loyal jika diukur dari ratio perbandingan dana yang dibelanjakan dibandingkan dengan alokasi belanja total konsumen tersebut. Yaitu sekitar 84,85% konsumen PT.WKA yang loyal.
4. Beberapa usulan strategi yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah fokus perbaikan pada variabel variabel yang menjadi prioritas perbaikan seperti:
- Memperbanyak variasi warna batu kristal
  - Memperbaiki kenyamanan ruang tunggu
  - Memperbanyak variasi model batu kristal
  - Menyiapkan kualitas SDM yang lebih baik
  - Memberikan harga yang kompetitif serta pemberian diskon
  - Memberikan informasi melalui berbagai media yang berragam
  - Memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik
  - Proses pelayanan yang lebih cepat

## 6.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diketahui beberapa point yang mana dianggap penting oleh konsumen dan menjadi salah satu penyebab penurunan penjualan di PT.WKA. namun terlepas dari semua point yang diketahui melalui penelitian ini. Akan lebih baik apabila dipenelitian selanjutnya proses pengambilan data kuesioner pertanyaan didahului dengan kuesioner pendahuluan terlebih dahulu untuk mengidentifikasi hal hal yang mungkin tidak tertangkap dari penelitian ini. Melakukan pembahasan mengenai pesaing lain, menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) didalam penetapan target pasar yang lebih jelas, dan pendekatan dengan teori loyalitas untuk analisis dan pemberian usulan.

Selain itu penelitian ini akan lebih baik apabila dilakukan dengan menggunakan sejumlah pendekatan teori pemasaran modern yang lebih baik seperti CRM (*Customer Relationship Management*).