

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor–faktor yang dipentingkan oleh konsumen setelah melewati penelitian pendahuluan pada penjualan toko sepeda ACC adalah sebagai berikut:

- Beragam kualitas sepeda gunung yang dijual
- Beragam jenis sepeda gunung yang dijual
- Keragaman merk sepeda gunung yang dijual
- Ketersediaan sepeda gunung yang dijual
- Kelengkapan sparepart sepeda gunung yang dijual
- Harga murah bila dibandingkan dengan kualitas yang didapat
- Harga lebih murah bila dibandingkan dengan kompetitor lain
- Kemudahan menjangkau toko dengan kendaraan umum
- Frekuensi dalam melakukan pameran di mall
- Kemenarikan dalam melakukan pameran di mall
- Frekuensi iklan di media elektronik
- Kemenarikan dalam memasang iklan di media elektronik
- Frekuensi iklan di media cetak
- Frekuensi penyebaran brosur
- Kemenarikan dalam brosur yang dibuat
- Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi sepeda yang dijual
- Karyawan handal dalam mengetahui seluk beluk sepeda
- Karyawan ahli dalam mengetahui kerusakan
- Keramahan karyawan
- Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
- Kemampuan karyawan dalam melayani proses pembayaran
- Kerapihan teknisi dalam servis sepeda
- Kerapihan pakaian karyawan
- Kebersihan pakaian karyawan
- Jumlah tempat parkir yang memadai
- Kejelasan harga pada setiap produk
- Kejelasan nama toko didepan toko

- Kemenarikan design dari exterior toko
 - Kemenarikan design dari interior toko
 - Sirkulasi udara
 - Kesejukan toko
 - Kebersihan toko
 - Kerapihan penataan toko
 - Kenyamanan tempat tunggu
 - Jumlah tempat tunggu yang memadai
 - Kebersihan wc untuk customer
 - Jumlah wc untuk customer
 - Lamanya garansi sparepart
 - Lamanya garansi servis
 - Kelengkapan sepeda pada saat customer menerima sepeda
 - Perhitungan biaya yang tepat dalam nota
 - Ketepatan waktu dalam menyediakan barang pesanan
 - Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis yang dijanjikan
 - Kecepatan waktu yang diperlukan untuk servis sepeda
 - Kemudahan dalam proses klaim garansi
2. Hasil tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan toko sepeda ACC adalah sebagai berikut:
- Responden Puas
 - Beragam kualitas sepeda gunung yang dijual
 - Ketersediaan sepeda gunung yang dijual
 - Harga lebih murah bila dibandingkan dengan kompetitor lain
 - Kemudahan menjangkau toko dengan kendaraan umum
 - Frekuensi penyebaran brosur
 - Kemenarikan dalam brosur yang dibuat
 - Karyawan ahli dalam mengetahui kerusakan
 - Kemampuan karyawan dalam melayani proses pembayaran
 - Kerapihan pakaian karyawan
 - Kejelasan nama toko didepan toko
 - Sirkulasi udara
 - Kerapihan penataan toko

- Kenyamanan tempat tunggu
- Jumlah tempat tunggu yang memadai
- Lamanya garansi sparepart
- Lamanya garansi servis
- Kelengkapan sepeda pada saat customer menerima sepeda
- Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
- Kerapihan teknisi dalam servis sepeda
- Jumlah tempat parkir yang memadai
- Kemenarikan design dari interior toko
- Jumlah wc untuk customer
- Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis yang dijanjikan
- Kemudahan dalam proses klaim garansi
- Responden Tidak puas
 - Beragam jenis sepeda gunung yang dijual
 - Keragaman merk sepeda gunung yang dijual
 - Kelengkapan sparepart sepeda gunung yang dijual
 - Harga murah bila dibandingkan dengan kualitas yang didapat
 - Frekuensi dalam melakukan pameran di mall
 - Kemenarikan dalam melakukan pameran di mall
 - Frekuensi iklan di media elektronik
 - Kemenarikan dalam memasang iklan di media elektronik
 - Frekuensi iklan di media cetak
 - Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi sepeda yang dijual
 - Karyawan handal dalam mengetahui seluk beluk sepeda
 - Keramahan karyawan
 - Kebersihan pakaian karyawan
 - Kejelasan harga pada setiap produk
 - Kemenarikan design dari exterior toko
 - Kesejukan toko
 - Kebersihan toko
 - Kebersihan wc untuk customer
 - Perhitungan biaya yang tepat dalam nota
 - Ketepatan waktu dalam menyediakan barang pesanan
 - Kecepatan waktu yang diperlukan untuk servis sepeda

3. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) dari toko sepeda ACC adalah sebagai berikut:

- *Focus Improvement*
 - Beragam jenis sepeda gunung yang dijual
 - Harga murah bila dibandingkan dengan kualitas yang didapat
 - Kemenarikan dalam memasang iklan di media elektronik
 - Kemenarikan dalam melakukan pameran di mall
 - Frekuensi iklan di media cetak
 - Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi sepeda yang dijual
 - Karyawan handal dalam mengetahui seluk beluk sepeda
 - Keramahan karuawan
 - Kejelasan harga pada setiap produk
 - Kemernarikan design dari exterior toko
 - Kesejukan toko
 - Kebersihan wc untuk customer
 - Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis yang dijanjikan
 - Kecepatan waktu yang diperlukan untuk servis sepeda
- *Maintain Performance*
 - Kemudahan menjangkau toko dengan kendaraan umum
 - Kemenarikan dalam brosur yang dibuat
 - Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
 - Kerapihan teknisi dalam servis sepeda
 - Kerapihan pakaian karyawan
 - Jumlah tempat parkir yang memadai
 - Kejelasan nama toko didepan toko
 - Sirkulasi udara
 - Kebersihan toko
 - Jumlah wcw yang tersedia untuk customer
- *Medium-Low Priority*
 - Keragaman merk sepeda gunung yang dijual
 - Kelengkapan sparepart sepeda gunung yang dijual
 - Frekuensi dalam melakukan pameran di mall
 - Frekuensi iklan di media elektronik

- Kemerarikan design interior toko
- Ketepatan waktu dalam menyediakan barang pesanan
- Perhitungan biaya yang tepat dalam nota
- Ketepatan waktu dalam menyediakan barang pesanan
- *Reduce Emphasis*
 - Beragam kualitas sepeda gunung yang dijual
 - Ketersediaan sepeda gunung yang dijual
 - Harga lebih murah bila dibanding dengan kompetitor lain
 - Frekuensi penyebaran brosur
 - Karyawan ahli dalam mengetahui kerusakan
 - Kemampuan karyawan dalam melayani proses pembayaran
 - Kerapihan toko
 - Kenyamanan tempat tunggu
 - Jumlah tempat tunggu yang memadai
 - Lamanya garansi sparepart
 - Lamanya garansi servis
 - Kelengkapan sepeda pada saat customer menerima sepeda
 - Kemudahan dalam proses klaim garansi

4. Keunggulan dan Kelemahan toko sepeda ACC terhadap pesaing

Keunggulan toko sepeda ACC dibanding pesaing lain:

- Beragam kualitas sepeda gunung yang dijual
- Beragam jenis sepeda gunung yang dijual
- Keragaman merk sepeda gunung yang dijual
- Kemudahan menjangkau toko dengan kendaraan umum
- Kemerarikan dalam melakukan pameran di mall
- Frekuensi iklan di media elektronik
- Frekuensi penyebaran brosur
- Kemerarikan dalam brosur yang dibuat
- Karyawan handal dalam mengetahui seluk beluk sepeda
- Karyawan ahli dalam mengetahui kerusakan
- Keramahan karyawan
- Kemampuan karyawan dalam melayani proses pembayaran

- Kerapihan teknisi dalam servis sepeda
- Kerapihan pakaian karyawan
- Kebersihan pakaian karyawan
- Kejelasan harga pada setiap produk
- Sirkulasi udara
- Kebersihan toko
- Kerapihan penataan toko
- Kenyamanan tempat tunggu
- Jumlah tempat tunggu yang memadai
- Kebersihan wc untuk customer
- Jumlah wc untuk customer
- Kelengkapan sepeda pada saat customer menerima sepeda
- Perhitungan biaya yang tepat dalam nota
- Kemudahan dalam proses klaim garansi

Kelemahan toko sepeda ACC dibanding pesaing lain:

- Ketersediaan sepeda gunung yang dijual
- Kelengkapan sparepart sepeda gunung yang dijual
- Harga murah bila dibandingkan dengan kualitas yang didapat
- Harga lebih murah bila dibandingkan dengan kompetitor lain
- Frekuensi dalam melakukan pameran di mall
- Kemenarikan dalam melakukan pameran di mall
- Frekuensi iklan di media elektronik
- Kemenarikan dalam memasang iklan di media elektronik
- Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi sepeda yang dijual
- Ketanggapan karyawan dalam melayani pembeli
- Jumlah tempat parkir yang memadai
- Kejelasan nama toko didepan toko
- Kemenarikan design dari exterior toko
- Kemenarikan design dari interior toko
- Kesejukan toko
- Lamanya garansi sparepart
- Lamanya garansi servis
- Ketepatan waktu dalam menyediakan barang pesanan

- Ketepatan waktu dalam menyelesaikan servis yang dijanjikan
- Kecepatan waktu yang diperlukan untuk servis sepeda

5. Hasil *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*

Berdasarkan Demografi:

1. Jenis kelamin
2. Usia

Berdasarkan Geografis:

1. Tempat tinggal

Berdasarkan Perilaku:

1. Merk sepeda yang biasa dibeli/dimiliki.
2. Dana yang dikeluarkan untuk membeli sepeda.
3. Jenis sepeda yang biasa dibeli/dimiliki.
4. Jenis pembayaran yang diinginkan.
5. Jenis aksesoris yang biasa dibeli.
6. Terbantu atau tidaknya dengan online shop.
7. Media sosial yang biasa digunakan.
8. Terbantu atau tidaknya dengan iklan di media sosial.
9. Jenis diskon yang diinginkan.
10. Faktor yang mempengaruhi dalam membeli sepeda.
11. Faktor yang mempengaruhi dalam memilih toko sepeda.
12. Tingkat loyalitas.

Hasil targeting toko sepeda ACC, yaitu para konsumen pria yang bertempat tinggal di Semarang Timur dengan rentang usia 20-34 tahun. Produk yang menjadi fokus target penjualan toko sepeda ACC adalah sepeda gunung dengan warna yang bervariasi dan memiliki rentang harga Rp.500.000,00–Rp.1.000.000,00 serta harganya lebih murah bila dibanding dengan toko lain. Konsumen yang menjadi target utama adalah konsumen yang tingkat loyalitasnya berada pada tingkat client. Cara penjualan alternative toko sepeda ACC adalah dengan membuka online shop lewat media sosial Facebook dan Twitter. Toko sepeda ACC perlu membuat iklan di facebook dan juga twitter. Toko sepeda ACC melakukan promosi dengan mengadakan diskon yang target utamanya adalah potongan harga pada produk yang dijual.

Hasil *positioning* toko sepeda ACC, yaitu toko sepeda ACC harus memosisikan diri dengan mengedepankan pelayanan yang baik untuk para konsumen dan menjual sepeda gunung untuk pria berumur 20-34 tahun dengan berbagai pilihan warna yang menarik dan harga yang relatif murah. Perlu dipertimbangkan untuk mengubah slogan menjadi “Sepeda Untuk Jiwa yang Muda Dengan Pelayanan Terbaik”

6. Usulan mengenai usulan strategi pemasaran toko sepeda ACC agar dapat memenangkan persaingan

Usulan yang diberikan kepada toko sepeda ACC setelah dilakukannya analisis mengenai variabel yang dipentingkan serta segmenting, targeting, dan positioning yang diarahkan kepada target pasar yaitu pria berumur 20-34 tahun.

Variabel yang menjadi prioritas adalah variabel yang dipentingkan konsumen serta dianggap tertinggal dibandingkan dengan pesaing, yaitu dengan lebih pandai dalam mencari supplier yang dapat memberikan produk yang murah. Toko sepeda ACC juga perlu memperhitungkan jumlah sepeda yang dipesan agar ongkos kirim dan juga ongkos simpan tidak terlalu besar, berusaha menyewa jasa designer untuk meningkatkan kemenarikan dalam melakukan pameran di mall serta menggunakan spg wanita berumur 20-34 tahun dengan fisik yang menarik, melakukan pelatihan-pelatihan untuk karyawan dan juga menyediakan SOP agar para karyawan mampu menguasai dan mampu memberikan informasi sepeda yang dijual serta tanggap dalam melayani pembeli, memasang AC agar toko lebih sejuk, memasang nama toko di depan jalan masuk gang dan juga memasang plang nama toko di depan toko sepeda ACC dengan jelas, selalu mengecek jumlah sepeda yang di servis dan *deadline* servis sepeda tersebut agar estimasi waktu dapat diprediksi dengan tepat, dan merekrut karyawan baru atau melatih karyawan lama agar lebih cepat dalam menservis sepeda.

6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi toko, yaitu:

1. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan untuk meneliti mengenai strategi bersaing yang dilakukan oleh toko sepeda ACC.
2. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan uji hipotesis untuk membandingkan kinerja toko sepeda ACC dengan toko pesaing.

3. Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut tentang *Customer Relationship Management* agar toko sepeda ACC mampu melayani konsumen lebih baik lagi.
4. Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan untuk menentukan siapa saja konsumen yang termasuk dalam tingkat loyalitas *client*.