

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Variabel yang Dipentingkan Oleh Konsumen

Variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen adalah sebanyak 30 variabel, dimana data yang diambil dari hasil kuesioner pendahuluan dan Validasi konstruk. Hasil dapat dilihat pada tabel 6.1 berikut ini :

Tabel 6.1
Variabel-variabel yang Dianggap Penting Oleh Konsumen

No	Variable
1	Model celana jeans mengikuti <i>trend fashion</i>
2	Warna celana jeans yang beragam seperti warna merah, biru, hijau, kuning, dll.
3	Kenyamanan celana jeans pada saat dipakai
4	Celana jeans yang dibuat dengan berbagai ukuran
5	Celana jeans yang dibuat dalam berbagai model
6	Kualitas jahitan celana jeans yang kuat
7	Warna yang tidak mudah luntur pada saat dicuci
8	Serat kain yang kuat untuk pemakaian dalam jangka waktu yang lama
9	Keterjangkauan harga produk
10	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya
11	Harga yang stabil di pasaran
12	Banyaknya diskon pada saat tertentu
13	Dilaksanakannya <i>fashion show</i> di mal atau <i>Showroom</i>
14	Dilaksanakannya <i>Bazar</i> pada event tertentu
15	Petunjuk Lokasi yang menunjukkan keberadaan showroom
16	Lokasi showroom yang mudah dijangkau
17	Lokasi showroom yang mudah ditemukan
18	Kesigapan pelayan untuk melayani konsumen
19	Kecepatan pelayan untuk melayani konsumen
20	Keramahan Pelayan yang ada di <i>Showroom</i>
21	Kemenarikan <i>display</i> celana jeans pada <i>Showroom</i>
22	Kemenarikan desain <i>Showroom</i>
23	Tempat <i>fitting room</i> yang ada pada <i>Showroom</i>
24	Kemenarikan nama toko pada <i>Showroom</i>
25	Kemenarikan penataan Celana Jeans pada <i>Showroom</i>
26	<i>Lighting</i> pada <i>Showroom</i> yang menarik
27	Kebersihan tempat penjualan celana jeans pada <i>Showroom</i>
28	Proses pembaruan yang mudah pada <i>showroom</i> , seperti tersedianya layanan <i>credit card</i> , debit, dll
29	Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak
30	Kemudahan pengambilan produk apabila produk yang dibeli rusak

6.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Cardinal Jeans

Dari uji hipotesis ketidakpuasan berasal dari kuesioner penelitian bagian 2, dimana dari kuesioner penelitian bagian 2 dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan *Showroom* Cardinal hal ini dapat terlihat bahwa konsumen yang tidak puas terhadap produk dan *Showroom* Cardinal terdapat 18 variabel yaitu variabel yang dapat dilihat pada tabel 6.2 sebagai berikut :

Tabel 6.2
Konsumen Tidak Puas

No Variabel	Variable	Kesimpulan
1	Model celana jeans mengikuti <i>trend fashion</i>	Tidak Puas
2	Warna celana jeans yang beragam seperti warna merah, biru, hijau, kuning, dll.	Tidak Puas
4	Celana jeans yang dibuat dengan berbagai ukuran	Tidak Puas
7	Warna yang tidak mudah luntur pada saat dicuci	Tidak Puas
8	Serat kain yang kuat untuk pemakaian dalam jangka waktu yang lama	Tidak Puas
10	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya	Tidak Puas
12	Banyaknya diskon pada saat tertentu	Tidak Puas
14	Dilaksanakannya <i>Bazar</i> pada event tertentu	Tidak Puas
15	Petunjuk arah yang menunjukkan keberadaan <i>showroom</i>	Tidak Puas
16	Lokasi <i>showroom</i> yang mudah dijangkau	Tidak Puas
17	Lokasi <i>showroom</i> yang mudah ditemukan	Tidak Puas
20	Keramahan Pelayan yang ada di <i>Showroom</i>	Tidak Puas
23	Tempat <i>fitting room</i> yang ada pada <i>Showroom</i>	Tidak Puas
24	Kemenaarikan nama toko pada <i>Showroom</i>	Tidak Puas
25	Kemenaarikan penataan Celana Jeans pada <i>Showroom</i>	Tidak Puas
27	Kebersihan tempat penjualan celana jeans pada <i>Showroom</i>	Tidak Puas
29	Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak	Tidak Puas
30	Kemudahan pengambilan produk apabila produk yang dibeli rusak	Tidak Puas

Sedangkan konsumen yang puas terhadap produk dan *Showroom* Cardinal terdapat 12 variabel yaitu variabel yang dapat dilihat pada tabel 6.3, berikut ini :

Tabel 6.3
Konsumen Puas

No Variabel	Variable	Kesimpulan
3	Kenyamanan celana jeans pada saat dipakai	Puas
5	Celana jeans yang dibuat dalam berbagai model	Puas
6	Kualitas jahitan celana jeans yang kuat	Puas
9	Keterjangkauan harga produk	Puas
11	Harga yang stabil di pasaran	Puas
13	Dilaksanakannya <i>fashion show</i> di mal atau <i>Showroom</i>	Puas
18	Kesigapan pelayan untuk melayani konsumen	Puas
19	Kecepatan pelayan untuk melayani konsumen	Puas
21	Kemenaarikan <i>display</i> celana jeans pada <i>Showroom</i>	Puas
22	Kemenaarikan desain <i>Showroom</i>	Puas
26	<i>Lighting</i> pada <i>Showroom</i> yang menarik	Puas
28	Proses pembaruan yang mudah pada <i>showroom</i> , seperti tersedianya layanan <i>credit card</i> , debit, dll	Puas

6.1.3 Keunggulan *Showroom* Cardinal dan Produk celana *jeans* Cardinal, Dibandingkan Pesaingnya.

Keunggulan *Showroom* Cardinal terhadap pesaingnya berasal dari kuesioner penelitian bagian 3 yang kemudian diolah menggunakan *Correspondence Analysis* (CA), setelah itu didapatkan variabel unggul, bersaing, dan tertinggal. Variabel tersebut dapat terlihat variabel unggul *Showroom* Cardinal dan Produk celana *jeans* Cardinal pada tabel 6.4 berikut ini :

- Posisi unggul dari *Showroom* Cardinal terdapat 9 variabel yaitu variabel yang dapat dilihat pada tabel 6.4 berikut ini :

Tabel 6.4
Variabel Unggul

No	Variable
3	Kenyamanan celana jeans pada saat dipakai
5	Celana jeans yang dibuat dalam berbagai model
9	Keterjangkauan harga produk
12	Banyaknya diskon pada saat tertentu
16	Lokasi showroom yang mudah dijangkau
19	Kecepatan pelayan untuk melayani konsumen
20	Keramahan Pelayan yang ada di <i>Showroom</i>
23	Tempat <i>fitting room</i> yang ada pada <i>Showroom</i>
29	Kemudahan pengembalian produk apabila produk yang dibeli rusak

6.1.4 Segmentasi, Targeting dan Positioning Showroom Cardinal

➤ Segmentasi

Tabel 6.7
Rangkuman Segmentasi

No	Pertanyaan	Jawaban	Presentase
1	Apa jenis kelamin anda ?	pria	46.4
		wanita	53.6
2	Berapakah Usia anda ?	<18	24.8
		18-23	30.4
		24-29	19.2
		30-35	16.8
		>35	8.8
3	Apa jenis pekerjaan anda ?	Pelajar	26.4
		Mahasiswa	29.6
		Wiraswasta	18.4
		Karyawan	21.6
	Lainnya	4	
4	Didaerah mana anda tinggal ?	Bandung utara	34.4
		Bandung barat	28.8
		Bandung tengah	10.4
		Bandung selatan	21.6
		Bandung timur	4.8
5	Berapa pendapatan anda tiap bulannya ?	< Rp 1.500.000	28.8
		Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	39.2
		Rp 2.500.001 - Rp 3.500.000	20.8
		> Rp 3.500.001	11.2
6	Dimana Anda biasanya membeli celana Jeans ?	Di departemen store	50.4
		Di showroom yang ada di mall	28.8
		Factory Outlet	11.2
		Lainnya..	9.6
7	Apa yang paling mempengaruhi anda untuk membeli celana jeans ?	Model celana yang sesuai	34.4
		Kualitas celana yang baik	31.2
		Merek celana yang sudah terkenal	11.2
		Harga celana jeans yang sesuai	16.8
		Lainnya..	6.4
8	Warna apakah yang paling anda sukai untuk Celana jeans ?	Hitam	28.8
		Biru tua	36
		Biru muda	9.6
		Abu-abu	13.6
		Lainnya..	12
9	Seberapa sering anda biasanya membeli celana jeans dalam 1 tahun ?	1 kali	6.4
		2-3 kali	44.8
		> 3 kali	48.8
10	seberapa banyak bisanya Anda membeli celana jeans dalam 1 tahun ?	1 buah celan jeans	4
		2-3 buah celan jeans	42.4
		> 3 buah celan jeans	53.6

Tabel 6.8
Rangkuman Segmentasi (Lanjutan)

No	Pertanyaan	Jawaban	Presentase
11	Model celana jenas apa yang biasanya Anda inginkan ?	Slimfit	47.2
		cutbray	4
		Jegging	30.4
		Lainnya..	18.4
12	Berapa biaya yang biasanya anda keluarkan untuk membeli celana jeans ?	< Rp 100.000	16
		Rp 100.001 - Rp 150.000	29.6
		Rp 150.001 - Rp 200.000	39.2
		> Rp 200.001	15.2
13	Berapa biaya yang biasanya anda keluarkan untuk membeli pakaian dalam 1 bulan ?	< Rp 500.000	52
		Rp 500.001 - Rp 1.000.000	27.2
		Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	16.8
		> Rp1.500.001	4
14	Dari mana Anda mengetahui informasi mengenai celana jeans yang ingin anda beli ?	Temam	33.6
		Keluarga	16.8
		Katalog/spanduk/brosur	30.4
		Iklan di TV/Radio	12.8
		Lainnya..	6.4
15	Radio apa yang sering anda dengar ?	Ardan	32.8
		Oz	16.8
		99ers	22.4
		Prambors	15.2
		Lainnya..	12.8
16	Televisi apa yang biasanya anda saksikan ?	SCTV	34.4
		RCTI	17.6
		TransTV	28
		Indosiar	12
		Lainnya..	8
17	Majalah apa yang biasanya anda baca ?	Nova	28.8
		Genie	18.4
		Cek & Ricek	13.6
		Bintang	26.4
		Lainnya..	12.8
18	Mall apa yang sering anda kunjungi di daerah Bandung ?	Istana Plaza	20
		Paris Van java	29.6
		Ciampelas Walk	16.8
		Bandung Indah Plaza	19.2
		Lainnya..	14.4
19	Dengan siapa biasanya anda membeli celana jeans ?	Temam	47.2
		Keluarga	28.8
		Sendiri	10.4
		Lainnya..	13.6
20	Pada saat apa anda umumnya menggunakan celana jeans ?	Santai	29.6
		Kuliah	44.8
		Kerja	14.4
		Lainnya..	11.2

➤ *Targeting*

Tabel 6.9
Rangkuman *Targeting*

No	Segmentasi	Target Pasar
1	Jenis Kelamin	Pria dan Wanita
2	Usia	18-23
3	Pekerjaan	Pelajar dan Mahasiswa
4	Tempat Tinggal	Bandung Utara
5	Pendapatan	< Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000
6	Biasa membeli celana jeans	<i>Departemen store</i>
7	Yang mempengaruhi membeli celana jeans	Model dan Kualitas
8	Warna	Biru tua dan Hitam
9	Seberapa sering membeli celana jeans/tahun	> 2
10	Seberapa banyak membeli celana jeans/ tahun	> 3
11	Model celana jeans yang diinginkan	<i>Slimfit</i>
12	Biaya yang dikeluarkan untuk membeli celana jeans	Rp 150.001 - Rp 200.000
13	Biaya yang dikeluarkan untuk membeli pakaian/bulan	< Rp 500.000
14	Informasi mengenai celana jeans	Teman
15	Radio yang sering didengar	Ardan
16	Televisi yang sering ditonton	SCTV
17	Majalah yang sering dibaca	Nova
18	Mall yang sering dikunjungi	Paris Van java
19	Dengan siapa biasanya membeli celana jeans	Teman
20	Pada saat apa menggunakan celana jeans	Kuliah

➤ *Positioning*

Dari hasil penyebaran kuesioner, didapatkan hasil *positioning* untuk produk celana jeans Cardinal memposisikan diri sebagai produk celana jeans yang banyak digunakan pada pria dan wanita dengan usia 18-23 tahun dan pekerjaan yang dilakukan sebagai pelajar dan mahasiswa, dengan penghasilan per bulan Rp1.500.000–Rp2 500.000. Dengan adanya usulan *positioning* diharapkan produk celana jeans Cardinal dapat lebih fokus untuk memasarkan produk-produknya, oleh karena itu perlu adanya slogan yang cocok untuk celana jeans Cardinal yaitu "*Young and Fashionable*" yang artinya pakaian yang digunakan sangat cocok dengan model pakaian remaja dan harga yang ditawarkan sesuai dengan pendapatan/uang saku remaja saat ini.

Selain itu *Positioning Showroom Cardinal*, *Showroom Cardinal* dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, sehingga konsumen puas terhadap *Showroom Cardinal*. Dengan adanya

usulan *positioning* diharapkan *Showroom* Cardinal dapat lebih fokus untuk memasarkan produk-produknya, oleh karena itu perlu adanya *slogan* yang cocok untuk *Showroom* Cardinal yaitu "*Do Better Serve Better*" yang artinya mengutamakan pelayanan dari awal konsumen memasuki *Showroom* hingga konsumen meninggalkan *Showroom*.

6.1.5 Upaya Perbaikan yang Dilakukan untuk Meningkatkan Penjualan

Upaya perbaikan untuk *Showroom* Cardinal dapat terlihat pada variabel yang menjadi prioritas perbaikan, yaitu :

- *Product*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *product*, sebaiknya perusahaan Cardinal *jeans* menjalin kerja sama dengan desainer untuk melakukan penelitian mengenai *trend fashion* remaja, membuat celana *jeans* dengan ukuran tertentu seperti big size atau kecil untuk memenuhi konsumen yang memiliki ukuran tubuh besar/kecil, dan memperhatikan kualitas pewarna pakaian yang digunakan sehingga tidak mudah luntur.

- *Price*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *price*, sebaiknya perusahaan Cardinal menyesuaikan harga dengan kualitas yang diberikan sehingga konsumen tertarik terhadap produk Cardinal.

- *Place*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *place*, sebaiknya membuat petunjuk lokasi berupa banner atau baliho yang berada di bawah *escalator* atau pintu masuk atau keluar mall yang menunjukkan keberadaan *Showroom* Cardinal.

- *Promotion*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *Promotion*, sebaiknya *Showroom* Cardinal perlu mengadakan bazaar pada *event-event* tertentu seperti pada lebaran, natal dll, selain itu *Showroom* Cardinal perlu mengadakan diskon pada bulan-bulan tertentu, sehingga konsumen puas terhadap kinerja dari produk dan *Showroom* Cardinal.

- *Physical Evidence*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *Physical Evidence*, sebaiknya *Showroom Cardinal* mengubah papan nama toko yang lebih menarik pada *Showroom Cardinal*, dibuatnya peraturan kepada karyawan agar memperhatikan kebersihan *Showroom Cardinal*, membuat tempat *fitting room* yang lebih tertutup, dan penataan celana *jeans* dan desain pada *Showroom* diperbaiki dengan membuat desain *Showroom* sesuai dengan selera remaja agar lebih menarik lagi.

- *People*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *People*, sebaiknya *Showroom Cardinal* memberikan pelatihan pada karyawan dan perlu mengadakan evaluasi terhadap kinerja karyawan *Showroom Cardinal*.

- *Process*

Upaya yang harus diperbaiki pada variabel *Process*, sebaiknya *Showroom Cardinal* memberikan pelatihan kepada karyawan dan meningkatkan kualitas *after sales service* sehingga apabila ada produk yang rusak bisa langsung diperbaiki.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya :

- Sebaiknya penyebaran kuesioner penelitian dilakukan kepada semua responden yang pernah menggunakan produk *Cardinal*, *Logo*, dan *Watchout*.
- Sebaiknya pembuatan kuesioner dibuat lebih spesifik lagi, agar responden lebih mengerti mengenai pertanyaan yang akan dituju.
- Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian tentang brand image produk *Cardinal*;sehubungan bamyaknya variasi produk yang dihasilkan oleh *Cardinal*.