

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sebuah counter laptop

- Keanekaragaman merk laptop yang tersedia
- Keanekaragaman warna laptop yang tersedia
- Keanekaragaman tipe laptop yang tersedia
- Laptop yang di pajang dalam keadaan baik
- Kejelasan garansi laptop
- Harga yang lebih murah
- Ketersediaan pembayaran melalui debit/kredit
- Kejelasan nota pembelian laptop
- Potongan harga pada event-event tertentu
- Bonus asesories yang di berikan toko
- Keberadaan letak counter yang mudah ditemukan konsumen
- Pengetahuan pegawai tentang laptop
- Kesigapan pegawai ketika melayani pelanggan
- Kejelasan informasi yang diberikan pegawai
- Keramahan dan kesopanan pegawai dalam melayani pegawai
- Kejujuran pegawai dalam bekerja
- Ketelitian pegawai dalam bekerja
- Penginstalan aplikasi kelaptop yang cepat
- Kelengkapan instalasi program yang diminta
- Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta
- Diplay counter yang menarik
- Kebersihan counter
- Penerangan dalam counter
- Kondisi toko yang bersih dan terawat
- Kejelasan papan nama didepan toko
- Kejelasan spesifikasi jenis laptop

2. Kepuasan konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh Gunatama Comp^{2U}

- Keanekaragaman merk laptop yang tersedia
- Keanekaragaman warna laptop yang tersedia
- Keanekaragaman tipe laptop yang tersedia
- Laptop yang di pajang dalam keadaan baik
- Kejelasan garansi laptop
- Harga yang lebih murah
- Ketersediaan pembayaran melalui debit/kredit
- Kejelasan nota pembelian laptop
- Potongan harga pada event-event tertentu
- Kesigapan pegawai ketika melayani pelanggan
- Keramahan dan kesopanan pegawai dalam melayani pegawai
- Kejujuran pegawai dalam bekerja
- Ketelitian pegawai dalam bekerja
- Penginstalan aplikasi kelaptop yang cepat
- Kelengkapan instalasi program yang diminta
- Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta
- Display counter yang menarik
- Kebersihan counter
- Penerangan dalam counter
- Kondisi toko yang bersih dan terawat
- Kejelasan papan nama didepan toko
- Kejelasan spesifikasi jenis laptop

3. Keunggulan dan Kelemahan dari Gunatamaa Comp^{2U} dibandingkan pesaingnya

- Keunggulan dari Gunatama Comp^{2U} dibandingkan dengan pesaingnya
 - Keanekaragaman warna laptop yang tersedia
 - Laptop yang di pajang dalam keadaan baik
 - Kejelasan garansi laptop
 - Harga yang lebih murah
 - Ketersediaan pembayaran melalui debit/kredit
 - Pemberitahuan adanya produk baru (brosur) kepada konsumen
 - Bonus asesories yang di berikan toko
 - Keramahan dan kesopanan pegawai dalam melayani konsumen
 - Kejujuran pegawai dalam bekerja
 - Penginstalan aplikasi kelaptop yang cepat
 - Kesesuaian produk yang diberikan dengan yang diminta
 - Pelayanan aftersales
 - Diplay counter yang menarik
 - Kebersihan counter
 - Penerangan dalam counter
 - Kejelasan papan nama didepan toko
- Kelemahan dari Gunatama Comp^{2U} dibandingkan dengan pesaingnya
 - Keanekaragaman merk laptop yang tersedia
 - Keanekaragaman tipe laptop yang tersedia
 - Kejelasan nota pembelian laptop
 - Potongan harga pada event-event tertentu
 - Keberadaan letak counter yang mudah ditemukan konsumen
 - Pengetahuan pegawai tentang laptop
 - Kesigapan pegawai ketika melayani pelanggan
 - Kejelasan informasi yang diberikan pegawai
 - Ketelitian pegawai dalam bekerja

- Kelengkapan instalasi program yang diminta
- Kondisi toko yang bersih dan terawat
- Kejelasan spesifikasi jenis laptop

4. Segmentasi, Targeting dan Positioning yang sesuai dengan keadaan Gunatama Comp^{2U}

➤ Segmentasi

- Segmentasi berdasarkan geografis:
 - Tempat tinggal / wilayah
- Segmentasi berdasarkan demografis:
 - Pekerjaan / profesi
 - Penghasilan/bulan
 - Uang saku/bulan
- Segmentasi berdasarkan psikografis:
 - Bonus pembelian laptop yang diberikan
 - Produk yang diminati
- Segmentasi berdasarkan perilaku:
 - Penggunaan
 - Pihak yang menyarankan
 - Tipe produk
 - Jenis media
 - Spesifikasi yang diinginkan

➤ Targeting

Hasil dari targeting yang diperoleh:

- Dari berbagai daerah
- Penghasilan per bulan Rp1.500.000,00 – Rp 3.500.000,00
- Uang yang disediakan untuk membeli laptop Rp3.000.000,00 – Rp 6.000.000,00
- Berprofesi pekerja kantoran dan mahasiswa

➤ Positioning

Agar *positioning* Gunatama Comp^{2U} dapat tepat dibenak konsumen, Gunatama Comp^{2U} harus memberikan citra yang baik kepada konsumen, seperti memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pegawai Gunatama Comp^{2U}. Hal ini dapat berupa pemberian informasi terhadap spesifikasi laptop yang jelas kepada konsumen, ramah dan sopan terhadap konsumen yang datang hendak membeli laptop di counter. Kebersihan dan display counter yang menarik juga akan memberikan *positioning* yang baik bagi konsumen. Ditambah dengan memberikan slogan yang mencerminkan keunggulan dari Gunatama Comp^{2U}. Slogan yang dapat diberikan adalah “Murah, Berkualitas dan Bukan OS Bajakan”.

5. Strategi bauran pemasaran yang dapat diberikan kepada Gunatama Comp^{2U} untuk meningkatkan penjualannya:

Tabel 6.1

Rekapitulasi Usulan Berdasarkan 7P

7P	Usulan Perbaikan
<i>Product</i>	Gunatama Comp TM dapat membuat gudang diluar counter yang bertujuan untuk memenuhi perminta konsumen khususnya pada tipe/jenis/warna laptop yang bervariasi yang dicari konsumen
<i>Price</i>	Gunatama Comp TM harus pintar dalam memilih distributor untuk mendapat produk dengan harga yang lebih murah
	Gunatama Comp TM dapat melakukan event potongan harga pada saat daya beli konsumen meningkat seperti pada awal dan akhir bulan juga bisa pada saat hari raya tertentu
<i>Place</i>	Gunatama Comp TM dapat menambahkan lampu berkelap-kelip yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen.
<i>Promotion</i>	Gunatama Comp TM dapat menawarkan produk dengan media brosur kepada konsumen
	Gunatama Comp TM dapat memberikan bonus kepada konsumen yang membeli produknya seperti mouse, cooling pat, key board protector, lcd cleaner dan palindung
<i>People</i>	Gunatama Comp TM dapat menempatkan pegawai yang sedang tidak bekerja diluar counter untuk menawar-nawarkan laptop kepada konsumen yang berlalu lalang didepan counter
	Gunatama Comp TM dapat memberikan pengarahan kepada pegawai tentang spesifikasi laptop yang ada, agar pegawai lebih mengerti tentang spesifikasi laptop yang ada
<i>Process</i>	Gunatama Comp TM menggunakan pembayaran secara debit/kredit untuk mendukung kemudahan konsumen ketika melakukan transaksi pembayaran.
<i>Physical Evidence</i>	Gunatama Comp TM dapat menata ruangan counternya agar ruangan counter lebih luas sehingga konsumen dapat lebih leluasa dalam melakukan transaksi di counter

6.2 Saran

Saran untuk Guntanama Comp adalah adanya penelitian mengenai pesaing yang mencakup lebih luas, tidak hanya berada di lantai dua Bandung Electronic Center yang berjarak 3-5blok saja, bisa dilakukan pada lantai satu Bandung Electronic Center ataupun pesaing yang berada diluar Bandung Electronic Center serta penelitian diharapkan untuk menganalisis lebih dalam mengenai kelayalitan konsumen.