

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Faktor atau atribut jasa yang di anggap penting oleh konsumen terhadap pelayanan jasa andi's travel
 - Tepat waktu dalam keberangkatan
 - Frekuensi jadwal keberangkatan
 - Tiba di tempat tujuan dengan tepat waktu
 - Adanya asuransi kecelakaan
 - Memiliki trayek/lokasi tujuan yang banyak
 - Kenyamanan AC mobil (suhu udara dalam mobil sejuk)
 - Tersedia snack/minuman ringan saat keberangkatan
 - Tersedia area parkir yang luas di pool
 - Adanya pelayanan door to door (layanan antar jemput)
 - Harga sesuai dengan pelayanan yang diterima
 - Adanya potongan harga bagi pelajar dan mahasiswa
 - Adanya potongan harga bagi lansia
 - Adanya promosi melalui media cetak (koran,brosur, spanduk dll)
 - Adanya promosi melalui media elektronik (facebook, twitter dll)
 - Pengundian tiket berhadiah pada saat hari raya (Idulfitri, Natal, Imlek dll)
 - Lokasi terminal (Pool) banyak
 - Terdapat terminal (Pool) dilokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum
 - Lokasi terminal (Pool) dekat dengan jalan tol
 - Lokasi terminal (Pool) terletak di pusat keramaian (mall)
 - Karyawan ramah dalam melayani penumpang/calon penumpang

- Karyawan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan penumpang/calon penumpang saat pembelian tiket
 - Sopir handal (aman) dalam mengemudikan kendaraan
 - Waktu proses pelayanan pembelian tiket cepat
 - Pemesanan tiket lewat telepon, sms dan bbm
 - Tersedia pembayaran non tunai (debit BCA, Credit card, Flazz)
 - Pembelian tiket bisa melalui internet
 - Kenyamanan dan kebersihan pool keberangkatan dan tiba
 - Kebersihan kendaraan
 - Tersedia kursi yang terpisah antar penumpang
 - Tersedia tirai pada mobil
 - Kebersihan kursi penumpang
 - Tersedia kotak saran untuk keluhan konsumen
- *segmentation, targeting* dan *positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.

- ***Segmentation***

- Demografis

- a. Jenis kelamin : Wanita dan Pria

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai jenis kelamin pelanggan, maka didapatkan persentase nilai terbesar sebagai pengguna jasa Andi's travel adalah pria dengan persentase sebesar 52%.

- b. Usia : 15 – 20 tahun, 21 – 25 tahun, 26 – 30 tahun, 31 – 35 tahun, 36 – 40 tahun, > 40 tahun.

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai data usia pelanggan jasa Andi's travel, maka didapatkan nilai persentase terbesar adalah usia 21-25 tahun dengan persentase sebesar 37%.

- c. Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa, Pegawai Negri/Swasta, Wiraswasta, Lain-lain

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai pekerjaan, maka di dapat nilai persentase terbesar sebagai pengguna jasa Andi's travel adalah pegawai negri/swasta dengan persentase sebesar 36%

- d. Tingkat Penghasilan :

i. Bagi yang Telah Bekerja : < Rp 1.000.000, Rp 1.000.000 – 5.000.000, Rp 6.000.000 – 10.000.000, > Rp 10.000.000

ii. Bagi yang Belum Bekerja : < Rp 100.000, Rp 100.000 – 500.000, Rp 600.000 – 1.000.000, > Rp 1.000.000

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai penghasilan, maka didapatkan persentase dengan nilai terbesar adalah Rp 1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00 dengan persentase sebesar 65%, sedangkan untuk uang saku berdasarkan data yang didapat persentase nilai terbesar adalah Rp 600.000,00 – Rp 1.000.000,00 dengan persentase sebesar 43%.

- o Geografis

Tempat tinggal : Bandung Barat, Bandung Utara ,Bandung Timur, Bandung Selatan, Lainnya

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data tempat tinggal, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah bandung barat dengan persentase sebesar 33%.

- o Prilaku

- a. Keperluan menggunakan travel Bandung-Cirebon : Pribadi, Pekerjaan, Wisata, Lainnya

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data keperluan menggunakan travel Bandung-Cirebon, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah keperluan pribadi dengan persentase sebesar 55%.

- b. Harga tiket yang sesuai : Rp 65.000,00, Rp 95.000,00, Rp 75.000,00, Rp 85.000,00, Lainnya

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data harga tiket yang sesuai, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah Rp 65.000,00 dengan persentase sebesar 65%.

- c. Frekuensi menggunakan travel: 1 kali, 2 kali, 3 kali, 4 kali, Lainnya

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data frekuensi menggunakan travel, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah 1 kali dengan persentase sebesar 53%.

- d. Lamanya menggunakan travel: < 1 tahun, 1 tahun, 2 tahun, 3 tahun, Lainnya

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data lamanya menggunakan travel, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah 2 tahun dengan persentase sebesar 34%.

- e. Yang diutamakan dalam memilih travel: Harga, Fasilitas, Pelayanan, Jenis mobil, Lokasi terminal yang dekat

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai hasil data yang diutamakan dalam memilih travel, maka didapatkan persentase nilai terbesar adalah pelayanan dengan persentase sebesar 35%.

- **Targeting**

Karakteristi konsumen yang menjadi target pasar dari Andi's travel adalah:

1. Jenis kelamin: Pria
2. Usia: 21-25 tahun
3. Pekerjaan : pegawai negri/swasta
4. Tingkat Penghasilan :
 - Bagi yang Telah Bekerja : Rp 1.000.000 – 5.000.000
 - Bagi yang Belum Bekerja :Rp 600.000 – 1.000.000
5. Daerah tempat tinggal : Bandung barat
6. Keperluan menggunakan travel Bandung-Cirebon : Pribadi
7. Harga tiket yang sesuai : Rp 65.000,00
8. Frekuensi menggunakan travel: 1 kali
9. Lamanya menggunakan travel: 2 tahun

10. Yang diutamakan dalam memilih travel: Pelayanan

• **Positioning**

Berdasarkan data yang diperoleh, maka Andi's travel diharapkan terus memposisikan travelnya sebagai travel yang menawarkan kenyamanan dalam menikmati pelayanan. Slogan yang tepat yang di usulkan penulis pada travel ini adalah “ **Dekat, Nyaman, Cepat dan Selamat**”. Jadi, Andi's travel terus melakukan inovasi yang dapat menarik pelanggan untuk terus menggunakan jasa travelnya.

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa Andi's travel

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa konsumen belum puas terhadap performansi pelayanan Andi's travel yaitu rata-rata hasil verformansi konsumen masi dibawah skala 3.

4. Hubungan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen untuk pengguna jasa Andi's travel

- Koefisien regresi variabel 6 (Kenyamanan AC mobil (suhu udara dalam mobil sejuk)) sebesar 4,713, koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel 6 dengan loyalitas konsumen. hubungan positif ini artinya bahwa loyalitas konsumen akan bertambah apabila tingkat kepuasan konsumen terhadap performansi jasa Andi's travel meningkat dalam hal ini variabel Kenyamanan AC mobil (suhu udara dalam mobil sejuk) semakin baik, konsumen akan semakin puas sehingga menjadi loyal.
- Koefisien regresi variabel 15 (Pengundian tiket berhadiah pada saat hari raya (Idulfitri, Natal, Imlek dll)) sebesar 2,345, koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel 15 dengan loyalitas konsumen. hubungan positif ini artinya bahwa loyalitas konsumen akan bertambah apabila tingkat kepuasan konsumen terhadap performansi jasa Andi's travel meningkat dalam hal ini variabel Pengundian tiket berhadiah pada saat hari raya (Idulfitri, Natal, Imlek dll) semakin baik, konsumen akan semakin puas sehingga menjadi loyal.

5. Strategi bauran pemasaran yang baik yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan jasa Andi's travel

Tabel 6.1
Bauran pemasaran yang baik dan yang seharusnya dilakukan

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa saran yang diberikan diantaranya:

1. Pengelola jasa pelayanan Andi's travel harus tetap mempertahankan pelayanan antar jemput (door to door) yang sudah ada sehingga konsumen tetap bertahan dalam menggunakan jasa travel ini.
2. Sebaiknya pengelola mempertimbangkan usulan-usulan upaya perbaikan yang telah diberikan penulis dalam penelitian ini
3. Penelitian ini masih memiliki kekurangan, disebabkan oleh waktu, tenaga dan objek penelitian yang terbatas. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama dengan penelitian ini disarankan untuk memperluas sampel dan variabel penelitiannya.