

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 *Segmentation, Targetting, dan Positioning*

Segmentation

- Segmentasi geografi
Pelanggan yang berasal di daerah Bandung dan sekitarnya
- Segmentasi Demografi: Untuk segmentasi demografi, konsumen dibagi menjadi beberapa bagian.
 - Usia: 36-45tahun, 46-55tahun, 26-35tahun, dibawah 17tahun, 17-25tahun, dan diatas 55tahun
 - Pekerjaan: Dalam spesifikasi pekerjaan, Beng Beng salon mempunyai segmen pasar, yaitu pelajar, mahasiswa/i, ibu rumah tangga, wiraswasta, dan lainnya seperti manager.
 - Jenis Kelamin: pria dan wanita.
 - Penghasilan: 1 – 4 juta, dan diatas 4 juta.
 - Uang saku: dibawah 1 juta, uang saku diantara 1 – 2 juta, dan uang saku diatas 2 juta.
- Segmentasi Tingkah laku
 - Segmentasi perilaku berdasarkan jadwal ke salon dari pelanggan Beng Beng salon adalah pagi hari, siang hari, dan sore hari.
 - Segmentasi perilaku berdasarkan jadwal hari ke salon dari pelanggan Beng Beng adalah senin, selasa, kamis, jumat, sabtu, dan minggu
 - Segmentasi perilaku berdasarkan alasan menggunakan jasa salon Beng Beng adalah pelayanan memuaskan, hasil yang memuaskan, harga yang terjangkau, keramahan pelayanan, dan lokasi yang strategis
 - Segmentasi perilaku berdasarkan status pelanggan di Beng Beng salon adalah hanya mencoba-coba dan pelanggan tetap.

- Segmentasi perilaku berdasarkan jenis pelayanan yang paling sering diminta adalah potong rambut, *cuci blow*, *creambath*, dan pengecetan rambut,
- Segmentasi perilaku berdasarkan tujuan ke salon adalah perawatan diri dan ada acara penting.

Targetting

Targetting untuk salon Beng Beng adalah wanita berusia 36 – 55 tahun, yang bekerja sebagai wiraswasta dan karyawan/I, memiliki tujuan ke salon untuk perawatan diri seperti potong rambut.

Positioning

Positioning yang tepat untuk Salon Beng Beng adalah salon dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan dan memiliki lokasi yang mudah dijangkau. Maka *tag line* yang tepat adalah “*Salon kualitas oke mudah dijangkau*”.

6.2 Faktor-faktor penelitian yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut pelanggan Beng Beng Salon

- Variabel yang memuaskan menurut pelanggan Beng Beng Salon

Tabel 6.1
Variabel konsumen puas

Vaiabel konsumen puas
Waktu tunggu konsumen untuk dilayani
Obat-obatan salon yang berkualitas
Kebersihan salon
Kecepatan dalam proses pembayaran
Lokasi yang mudah dijangkau
Variasi cara pembayaran (secara cash, kartu debit, atau kartu kredit)
Kecepatan dalam proses pelayanan
Kebersihan alat-alat salon
Kelengkapan peralatan-peralatan salon
Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan
Keramahan karyawan salon
Kebersihan toilet
Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah
Ketepatan dalam perhitungan total harga
Karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen
Kesopanan karyawan salon dalam melayani konsumen

- Variabel yang tidak memuaskan menurut pelanggan Beng Beng Salon

Tabel 6.2
Variabel konsumen tidak puas

Variabel Konsumen tidak puas
Promosi melalui media elektronik (cnth : Radio)
Promosi melalui jejaring sosial(cnth : facebook, twitter, dll)
Harga yang lebih terjangkau dibandingkan salon lainnya
Promosi melalui media cetak(cnth : koran, majalah, brosur, dll)
Terdapat berbagai macam variasi merk - merk obat salon
Kebersihan dan kerapihan karyawan
Keanekaragaman jenis pelayanan di salon tersebut
Kecepatan dalam proses pendaftaran
Terdapat sarana hiburan (cnth : televisi, musik, majalah)
Tersedianya berbagai macam warna pada pelayanan pengecatan rambut

6.3 Faktor performansi yang memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen

- Variabel 10 : Promosi melalui media cetak(cnth : koran, majalah, brosur, dll) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- Variabel 8 : Lokasi yang mudah dijangkau berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- Variabel 25 : Kebersihan toilet berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
- Variabel 26 : Terdapat sarana hiburan (cnth : televisi, musik, majalah) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

6.4 Usulan Strategi pemasaran

Usulan strategi pemasaran yang diberikan merupakan usulan yang sudah diurutkan berdasarkan prioritas usulan yang sudah didapatkan pada bab sebelumnya. Berikut adalah usulan strategi pemasaran untuk Beng Beng salon.

Usulan utama :

1. Untuk atribut “promosi melalui media cetak”, pemilik harus lebih aktif lagi dalam melakukan promosi-promosi seperti membagikan brosur yang berisi jenis pelayanan dan harga yang ditawarkan beserta lokasi dari salon Beng Beng tersebut. Pembagian brosur dapat dilakukan di perusahaan-perusahaan mengingat target dari salon Beng Beng memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan karyawan/i. Selain membagikan brosur, pemilik juga dapat melakukan promosi melalui majalah. Pemilihan jenis majalah untuk media promosi pun sangatlah penting, mengingat target pasar dari salon Beng Beng adalah wanita berusia 36-55 tahun maka majalah yang dapat diusulkan yaitu Femina dan Nova. Promosi-promosi tersebut sebaiknya dilakukan oleh pemilik karena akan mempengaruhi loyalitas konsumen mengingat performansi Salon Beng Beng pada variabel tersebut sangatlah rendah.
2. Untuk atribut “terdapat sarana hiburan”, karena hasil uji regresi yang diperoleh memiliki pengaruh yang negatif terhadap loyalitas konsumen maka untuk memperoleh loyalitas konsumen, pemilik harus mengurangi atribut tersebut. Usulan yang dapat diberikan yaitu dengan cara mengurangi volume televisi yang ada di ruang tunggu, mengingat sarana hiburan yang ada saat ini hanya televisi. Volume televisi yang terlalu besar dapat mengganggu konsumen yang sedang melakukan perawatan. Mengingat tempat perawatan berada disebelah ruang tunggu sehingga pengunjung yang sedang melakukan perawatan hanya dapat mendengar suara dari televisi di ruang tunggu tersebut.
3. Untuk atribut “lokasi yang mudah dijangkau”, pemilik sebaiknya mempertahankan lokasi yang sudah ada saat ini, mengingat atribut tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen serta banyak pelanggan yang sudah puas terhadap lokasi salon Beng Beng saat ini.
4. Untuk atribut “kebersihan toilet”, pemilik dan karyawan sebaiknya mempertahankan kondisi kebersihan toilet saat ini sehingga pelanggan

yang sudah puas tidak merasa kecewa, karena akan mempengaruhi loyalitas konsumen di Salon Beng Beng.

Usulan Tambahan :

5. Untuk atribut “promosi melalui media elektronik”, pemilik sebaiknya dapat melakukan promosi melalui radio-radio yang banyak didengar oleh konsumen. Mengingat *targetting* dari salon Beng Beng berusia 36-55 tahun maka usulan siaran radio yang tepat adalah Suara Indah 92,1 fm dan Maestro Fm 92,5 fm. Promosi tersebut dilakukan agar dapat menarik pelanggan baru untuk datang ke salon Beng Beng.
6. Untuk atribut “promosi melalui media jejaring sosial”, pemilik sebaiknya lebih aktif dalam memperkenalkan promo-promo terbaru melalui *twitter* dan *facebook* agar *followers* yang ada dapat mengetahui promo apa saja yang ada di salon Beng Beng saat ini.
7. Untuk atribut “harga yang lebih terjangkau dibanding salon lainnya”, pemilik sebaiknya memperhatikan harga-harga pada pelayanan yang diberikan, usulan yang dapat diberikan yaitu diadakannya program “*Happy Day*”. Program ini menawarkan paket pelayanan perawatan dengan harga yang lebih murah dibanding memilih satu jenis perawatan. Program ini sebaiknya diadakan pada hari senin dan selasa saja karena pada hari-hari tersebut salon Beng Beng sepi akan pengunjung yang datang. Paket pelayanan yang dapat diberikan seperti paket potong rambut + Creambath, paket tersebut sangat banyak diminati pelanggan untuk dijadikan paket dengan diberikan potongan harga.
8. Untuk atribut “terdapat berbagai macam variasi merk-merk obat salon”, sebaiknya pemilik menambahkan variasi merk-merk obat salon, agar pengunjung dapat memilih merk obat salon yang biasa mereka gunakan.
9. Untuk atribut “kebersihan dan kerapian karyawan”, pemilik sebaiknya mengontrol karyawan agar lebih peka terhadap kebersihan dan kerapiannya. Hal ini dilakukan mengingat atribut ini sangat penting namun konsumen cenderung tidak puas terhadap atribut ini.

10. Untuk atribut “keanekaragaman jenis pelayanan di salon tersebut”, pemilik sebaiknya menambah jenis pelayanan seperti *nail art*. Penambahan pelayanan *nail art* ini dilakukan mengingat pelayanan *pedicure* dan *medicure* di salon Beng Beng kurang peminatnya mengingat banyak konsumen yang kurang puas terhadap atribut tersebut.
11. Untuk atribut “kecepatan dalam proses pendaftaran”, pemilik sebaiknya memberikan pilihan dalam melakukan proses pendaftaran seperti dapat melakukan pendaftaran via sms mengingat banyak konsumen yang kurang puas terhadap atribut tersebut.
12. Untuk atribut “tersedianya berbagai macam warna pada pelayanan pengecatan rambut” pemilik dapat menyediakan variasi warna yang lebih lengkap untuk pengecatan rambut. Pemilik juga dapat memberikan garansi terhadap hasil pengecatan, agar pengunjung tidak kecewa terhadap pelayanan dari Salon Beng Beng.
13. Untuk atribut “waktu tunggu konsumen untuk dilayani”, pemilik sebaiknya dapat meminimasi waktu tunggu konsumen untuk menikmati pelayanan dengan menambah pegawai salonnya yang memiliki pengalaman kerja dalam bidang salon.
14. Untuk atribut “obat-obatan salon yang berkualitas”, pemilik sebaiknya memperhatikan kualitas dari obat-obatan salon yang ditawarkan. Kualitas obat-obatan salon yang baik dapat meningkatkan hasil pelayanan sehingga memberikan hasil yang maksimal.
15. Untuk atribut “kebersihan salon”, pemilik sebaiknya memperhatikan kebersihan salon dengan cara melakukan kebersihan secara rutin, sehingga menarik minat dari pelanggan atau orang-orang yang melintas di depan Beng Beng salon.
16. Untuk atribut “kecepatan dalam proses pembayaran”, pemilik sebaiknya tidak hanya fokus pada pelayanan tetapi juga harus memperhatikan hal kecil seperti kecepatan dalam proses pembayaran, karena tidak semua pengunjung mau menunggu lama pada waktu pembayaran mengingat setiap orang memiliki kesibukan yang berbeda beda.

17. Untuk atribut “variasi cara pembayaran”, pemilik sebaiknya menambahkan variasi pembayaran seperti dapat menggunakan kartu debit dan kartu kredit, mengingat tidak semua pelanggan membawa uang tunai.
18. Untuk atribut “kecepatan dalam proses pelayanan”, pemilik sebaiknya memperhatikan kecepatan dalam proses pelayanan, karena kesibukan setiap orang berbeda. Mempercepat proses pelayanan juga dapat mendapat meminimasi waktu menunggu pelanggan selanjutnya.
19. Untuk atribut “kebersihan alat-alat salon”, pemilik sebaiknya mempertahankan kondisi saat ini, karena banyak pelanggan yang sudah puas dengan kebersihan alat-alat di salon Beng Beng saat ini.
20. Untuk atribut “kelengkapan peralatan salon”, pemilik sebaiknya mempertahankan kelengkapan peralatan salon, karena menurut pengunjung kelengkapan peralatan salon di salon Beng Beng saat ini sudah cukup baik.
21. Untuk atribut “harga sesuai dengan kualitas yang diberikan”, pemilik sebaiknya mempertahankan kualitas yang ada karena pengunjung merasa harga yang diberikan salon Beng Beng sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
22. Untuk atribut “keramahan karyawan salon”, karyawan sebaiknya mempertahankan kondisi saat ini karena menurut pelanggan, karyawan di salon Beng Beng sudah cukup ramah.
23. Untuk atribut “karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah”, sebaiknya karyawan dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja dalam mengatasi masalah yang ada.
24. Untuk atribut “ketepatan dalam perhitungan total harga” karyawan sebaiknya dapat mempertahankan kinerja dalam ketepatan perhitungan total harga agar konsumen dapat terus merasa puas terhadap kinerja dari pegawai salon Beng Beng.
25. Untuk atribut “karyawan cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen” karyawan sebaiknya dapat mempertahankan dan dapat lebih meningkatkan kinerja dalam melayani permintaan konsumen.

26. Untuk atribut “kesopanan karyawan salon dalam melayani konsumen” pemilik sebaiknya mempertahankan kebiasaan untuk menanamkan kesopanan kepada para karyawannya, sehingga dapat memberikan suasana yang bersahabat dengan pengunjung yang datang dan dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

Saran

- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut untuk loyalitas konsumen agar dapat meningkatkan faktor-faktor yang merupakan alasan konsumen untuk setia terhadap suatu produk atau jasa. Hal tersebut didasari pada banyaknya pelanggan yang datang ke salon Beng Beng kebanyakan berstatus hanya mencoba-coba.
- Dalam pembagian segmentasi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli menggunakan range pendapatan 1-4 juta dan diatas 4 juta masih dirasa kurang spesifik, hal tersebut didasari pada standar pendapatan yang berbeda-beda. Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut jika segmentasi pendapatan ingin dijadikan target pasar untuk Salon Beng Beng.