

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kepuasan konsumen terhadap elemen produk sapu sorgum CV. Kembar Bina Usaha di Kota Tegal, peneliti dapat mengambil kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah dilakukan dari setiap elemen produk sapu sorgum di CV. Kembar Bina Usaha , yaitu desain , bahan baku, kualitas produk, keamanan, merek, pelayanan, jaminan, kemasan, label, dan keanekaragaman sebagai berikut:

6.1.1 Data Diri Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 orang konsumen(responden) yang hasilnya kemudian telah dianalisis oleh peneliti,maka dapat ditarik kesimpulan yaitu,responden yang mengisi kuesioner kebanyakan adalah wanita serta rata-rata usianya 20-25 tahun yang kebanyakan adalah pemilik perusahaannya langsung dan rata-rata penghasilan perbulan sebesar Rp 5.100.000 – Rp 7.500.000

6.1.2 Harapan

Berikut ini merupakan tiga peringkat urutan teratas harapan responden berdasarkan hasil dari rekapitulasi yaitu :

1. Merek produk mudah untuk diingat

Harapan responden yang sangat besar dalam dalam merek produk CV. Kembar Bina Usaha adalah merek yang diciptakan oleh CV. Kembar Bina Usaha mudah untuk di ingat, sehingga bila konsumen hendak membeli sapu, merek yang akan dibeli adalah produk CV. Kembar Bina Usaha.

2. Sapu telah melewati kualitas kontrol yang baik

Harapan responden ke 2 sangat besar ialah dalam sapu telah melewati kualitas kontrol yang baik. CV. Kembar Bina Usaha selalu memperhatikan setiap kualitas control sapu yang diproduksinya, karena sapu merupakan barang sehari – hari yang digunakan oleh setiap konsumen agar sapu yang sering digunakan oleh konsumen dapat bertahan dalam jangka panjang, maka dari itu CV. Kembar Bina Usaha selalu memperhatikan kualitas control terhadap setiap sapu yang di produksinya.

3. Merek produk telah memiliki reputasi yang baik

Harapan responden ke 3 sangan besar ialah dalam merek produk yang telah memiliki reputasi yang baik. Agar setiap produk sapu yang dihasilkan oleh CV. Kembar Bina Usaha memiliki reputasi yang baik dan tidak diragukan lagi untuk konsumen membeli produk tersebut.

6.1.3 Kinerja Produk

Berikut ini merupakan tiga peringkat urutan teratas kinerja produk berdasarkan hasil dari rekapitulasi nilai rata-rata kinerja produk dari responden yaitu :

1. Sales melayani pelanggan dengan ramah

Peringkat pertama kinerja CV.Kembar Bina Usaha yaitu sales melayani pelanggan dengan baik dimata konsumen sangat baik. Karena sales merupakan orang pertama yang berhubungan dengan konsumen, maka dari itu sales harus mampu menjelaskan jenis produk dan kegunaan pada masing – masing produk yang di produksi oleh CV. Kembar Bina Usaha.

2. Menggunakan kualitas bahan baku pilihan

CV.Kembar Bina Usaha selalu membeli bahan baku kepada petani sorgum dengan kualitas standar bahan baku pilihan yang telah diterapkan oleh CV. Kembar Bina Usaha. Hal tersebut dikarenakan CV. Kembar Bina Usaha ingin mempertahankan kualitas produk sapu sorgum agar tetap bagus dan terjaga.

3. Memiliki jenis produk yang bervariasi.

CV. Kembar Bina Usaha memiliki keanekaragaman jenis produk sapu yang bervariasi. Dikarenakan CV. Kembar Bina Usaha melihat kebutuhan konsumen terhadap sapu agar sapu yang diproduksi oleh CV. Kembar Bina Usaha memiliki banyak kegunaannya yang berbeda – beda.

Berikut ini merupakan tiga peringkat urutan terbawah kinerja produk berdasarkan hasil dari rekapitulasi nilai rata-rata kinerja produk dari responden yaitu :

1. CV.Kembar Bina Usaha memilik label produk yang menarik

Desain dari label produk CV.Kembar Bina Usaha memang tidak terlalu menarik, namun menurut konsumen label yang diciptakan oleh CV. Kembar Bina Usaha masih menarik dimata konsumen. Hal tersebut dapat di lihat dari pernyataan CV. Kembar Bina Usaha memiliki label produk menarik termasuk dalam kategori penting.

2. Kemasan produk CV.Kembar Bina Usaha menarik

Kemasan produk CV. Kembar Bina Usaha tidak dibuat dengan menarik. Karena,menurut perusahaan yang terpenting kemasan produk yang bagus itu bisa melindungi sapu pada saat dipajang di toko serta kuat agar produk sapu sorgum/ijuk tidak mudah rusak dalam proses pengiriman, namun dimata para konsumen kemasan produk CV. Kembar Bina Usaha masih menarik dapat dilihat dari pernyataan termasuk dalam kategori penting.

3. Produk yang dihasilkan tidak mudah rusak

Produk CV. Kembar Bina Usaha sudah melewati kualitas kontrol yang baik, tetapi ada saja produk yang tidak dapat bertahan secara lama. Bisa saja disebabkan oleh sapu yang di beli konsumen sudah terlalu lama tersimpan di toko, cara penyimpanan sapu di toko dengan cara di tumpuk terlalu berat sehingga menyebabkan ijuk/sorgum mudah rusak, dan juga sapu ijuk/sorgum sering terkena air. Dapat dilihat bahwa konsumen sangat mementingkan produk sapu sorgum yang tidak mudah rusak agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang.

6.1.4 Kepuasan Responden

Berikut ini merupakan tiga peringkat urutan teratas kepuasan responden berdasarkan hasil dari rekapitulasi kepuasan responden berdasarkan kategori yaitu:

1. Produk sapu sorgum CV.Kembar Bina Usaha memiliki jenis plastik yang bervariasi

Perusahaan CV. Kembar Bina Usaha membuat jenis sapu bervariasi. Dengan tujuan agar memenuhi seluruh kebutuhan para konsumennya akan produk sapu yang beranekaragam, dapat dilihat dari pernyataan produk sapu sorgum CV. Kembar Bina Usaha yang termasuk dalam kategori sangat puas dimata para konsumen. Hal tersebut yang harus dipertahankan oleh CV.Kembar Bina Usaha agar para pelanggan terus merasa sangat puas membeli produk sapu produksi CV. Kembar Bina Usaha.

2. Produk sapu sorgum CV. Kembar Bina Usaha Menggunakan kualitas bahan baku pilihan

Perusahaan CV. Kembar Bina Usaha selalu melakukan kualitas kontrol terhadap para petani sorgum/ijuk. CV. Kembar Bina Usaha telah memiliki standar dalam pemilihan bahan baku. Agar selalu produk yang diproduksi oleh CV. Kembar Bina Usaha memiliki kualitas yang baik dan selalu mempertahankan reputasinya. Dengan demikian para pelanggan merasa sangat puas dalam memilih ukuran plastik pembungkus makanan yang hendak dibeli. Dilihat dari pernyataan

CV. Kembar Bina Usaha menggunakan kualitas bahan baku pilihan yang termasuk dalam kategori sangat puas.

3. Sales CV. Kembar Bina usaha melayani konsumen dengan ramah

Perusahaan CV. Kembar Bina Usaha selalu mengajarkan kepada para sales untuk ramah dikarenakan orang yang pertama kali yang bertemu dengan konsumen untuk menawarkan produk yaitu sales. Kemampuan sales untuk menjelaskan berbagai jenis sapu dan kegunaan sapu sorgum/ijuk, agar konsumen yang telah membeli produk sapu CV. Kembar Bina Usaha merasa puas dan bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berikut ini merupakan tiga peringkat urutan terbawah kepuasan responden berdasarkan hasil dari rekapitulasi kepuasan responden berdasarkan kategori yaitu :

1. Produk CV. Kembar Bina Usaha aman digunakan untuk sehari-hari.

Untuk pernyataan ini memiliki gap sebesar 0.01 tetapi masih dikategorikan sangat puas. Bisa saja sapu produksi CV. Kembar Bina Usaha tidak aman digunakan sehari – hari seperti sorgum/ijuk yang rontok, Untuk sapu sorgum/ijuk jika disentuh oleh tangan ada saja bagian sapu yang terasa tajam dan bisa melukai tangan.

2. Produk CV. Kembar Bina Usaha memiliki reputasi yang baik

Untuk pernyataan ini memiliki gap sebesar 0.01 yang termasuk dalam kategori sangat puas. Karena CV. Kembar Bina Usaha selalu memproduksi sapu dengan memperhatikan kualitasnya untuk mempertahankan reputasi baik di mata para konsumennya.

3. Produk CV. Kembar Bina Usaha melewati kualitas kontrol yang baik

Untuk pernyataan ini memiliki gap sebesar 0,03 yang termasuk kategori sangat puas. Untuk selalu menjaga reputasinya yang baik, CV. Kembar Bina Usaha selalu memperhatikan kualitas kontrol terhadap sapu yang di produksinya. Agar konsumen merasa puas setelah membeli dan memakai produk tersebut sehingga terjadinya pembelian secara berulang kepada konsumen tersebut.

6.2 **Saran**

Dilihat dari rekapitulasi berdasarkan kinerja, rekapitulasi berdasarkan harapan dan rekapitulasi berdasarkan urutan kategori diatas dapat dilihat bahwa responden(konsumen) yang baru pertama kali membeli produk sapu sorgum ataupun yang sudah membeli berulang kali telah merasa puas terhadap produk sapu CV. Kembar Bina Usaha. Tetapi peneliti tetap memberikan saran terhadap kinerja produk sapu sorgum yaitu : Sebaiknya CV. Kembar Bina Usaha lebih mendesain label produk sapu yang lebih menarik lagi, seperti menambahkan informasi tentang pemilihan bahan baku, pemilihan informasi tentang cara merawat sapu agar tidak mudah rusak, pemilihan font yang berbeda daripada label produk sapu lainnya, dan juga menambahkan logo perusahaan kedalam label produk serta yang terpenting label produk jelas untuk dibaca sehingga dan di ingat oleh para konsumen. Selain itu CV. Kembar Bina Usaha harus memperhatikan desain pada kemasan produk sapu, selain dilihat dari segi kekuatan kemasan terhadap pembungkus produk sapu, CV. Kembar Bina Usaha juga harus

memperhatikan segi desain pada kemasan agar para konsumen dapat lebih puas terhadap produk sapu CV. Kembar Bina Usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes , James G . 2001 . *Secret of Customer Relationship Management* . yogyakarta : Andi
- Cravens, D . 1999 . Strategi Pemasaran : jilid 1 . Alih bahasa : Lina Salim . Jakarta : Erlangga
. (edisi keempat)
- Fandy Tjiptono . (2006) . *Manajemen Jasa* (4ed.) . Yogyakarta : Andi Offset.
- Koentjaraningrat . 1994 . Metode – Metode Penelitian Masyarakat . Jakarta : PT.Gramedia
Pustaka Utama .
- Kotler , P & Armstrong , G . 2001 . Prinsip – prinsip Pemasaran . Alih Bahasa Sihombing .
Edisi 8 . jilid 2 . Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan,
Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler , Philip dan Gary , Armstrong . 2001 . *Prinsip – prinsip Pemasaran* . Alih Bahasa
Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kotler , Philip and Keller , Kevin L . (2006) . *Marketing Management , 12th Edition* . New
Jersey : Person Education International .
- Kotler, P dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 2. Edisi Keduabelas.
Jakarta: Erlangga.
- Kotler , Philip dan Kevin Lane Keller . 2012 . “ Manajemen Pemasaran “ . Erlangga.
- Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller . 2012 . “ Marketing Management “ . Pearson Pretince
Hall : New Jersey

- Mc Carthy dan Perreault , 2003 . *Dasar – Dasar Pemasaran* . Alih Bahasa Agus Dharma .
Jakarta : Erlangga.
- Mital , Vikas , Ross , & Baldasare , P . 1998 . The Asymetric Impact of Negative and Positive
Attribute Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions .
Journal of Marketing . vol .62.
- Mowen , John C , dan Minor Michael (1998) . *Consumer Behavior* , 5th Edition , Upper
Saddle River , New Jersey : Prentice Hall , Inc.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwano , J . 2006 . *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* . Yogyakarta : Graha Ilmu .
- Sugiarto . 2001 . Teknik Sampling . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama .
- Sugiono . 2007 . Statistika untuk Penelitian . Bandung . Penerbit CV Alfabeta .
- Sugiono . 2010 . Metode Penelitian Kuantitatif . Kualitatif dan R&D . Penerbit Alfabeta
Bandung .
- Sugiyono . 2012 . “ Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D “ . Alfabeta :
Bandung.
- Supranto, 1997 . *Metode Riset* . Jakarta, BPFE UI .
- Surachmad Winarno . 1985 . *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik* . Bandung :
Tarsito
- Swastha, Basu. 2000. Azas-azas Marketing. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2006. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono . Fandy (2008) . *Strategi pemasaran . Edisi ketiga* . Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umar,Husein . 2003 . Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa . Ghalia Indonesia Jakarta .

Zeithaml , Valerie and Mary Jo Bitner . 2009 . “ Service Marketing “ edisi 5 . McGraw – Hill
: Boston

PU-Net (2019, Agustus 25). *Kementrian PUPR Targetkan Capaian Program Satu Juta Rumah Tahun 2018 Lebih Tinggi dari Tahun Lalu*. Retrieved From PUPR : (PU-net, 2018)

Pos Berita Kota (2018, Mei 5). *Diikuti semua instansi bupati tegal resmi menutup ajang slawi expo 2018*. Retrieved From Posberitakota:<https://posberitakota.com/2018/05/05/diikuti-semua-instansi-bupati-tegal-resmi-menutup-ajang-slawi-expo-2018/>

Okezone (2017, April 19). *Industri Pengekspor Sapu Kesulitan Bahan Baku*. Retrieved from Economy Okezone: <https://economy.okezone.com/read/2017/04/19/320/447940/industri-pengekspor-sapu-kesulitan-bahan-baku>

