

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan diuraikan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang tercantum pada Bab I. Selain itu, akan membahas saran bagi Pemilik Bengkel MBS Motor dan saran bagi penelitian penelitian topik yang serupa di kemudian hari sehingga penelitian selanjutnya dapat memiliki proses dan hasil yang lebih baik.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang akan diuraikan dari proses dan hasil penelitian ini. Penjelasan kesimpulan penelitian antara lain:

1. Terdapat dua buah segmen pasar yang terbentuk yaitu segmen *quality focus* dan segmen *convenience seeker*. Segmen *quality focus* mendominasi atribut mekanik dan garansi. Segmen *convenience seeker* mendominasi atribut kondisi bengkel motor (tempat servis motor dan ruang tunggu). Profil segmen *quality focus* berlatarbelakang pendidikan sarjana dan pembuat keputusan diri sendiri. Profil segmen *convenience seeker* berlatarbelakang pendidikan diploma dan pembuat keputusan teman.
2. Jenis strategi target pasar yaitu *market specialization*. Berdasarkan analisis tiga faktor penentuan segmen, didapatkan nilai total tertinggi yaitu segmen *convenience seeker*. Oleh karena itu, Bengkel MBS Motor yang memfokuskan segmen *convenience seeker* dengan menguasai servis berbagai macam produk motor.
3. Berdasarkan hasil *perceptual map*, disimpulkan bahwa Bengkel MBS Motor memiliki keunggulan pada atribut mekanik profesional, hasil pengerjaan teliti, dan pelayanan cepat. Bengkel kompetitor yaitu Bengkel JG Motor memiliki keunggulan pada atribut *sparepart* lengkap, kualitas *sparepart* memuaskan, garansi meyakinkan, dan ruang tunggu nyaman, sedangkan Bengkel Sinar Abadi Motor memiliki keunggulan pada atribut harga murah. Bengkel MBS Motor menginginkan posisi *sparepart* lengkap, kualitas *sparepart* memuaskan, garansi meyakinkan, dan ruang tunggu nyaman sehingga dapat menyaingi Bengkel JG Motor.

Selain itu, hasil *perceptual map* dapat mengomunikasikan dengan menggunakan *tagline* yang berisi "*better service, better day*".

4. Bauran pemasaran menggunakan 7p karena metode bauran pemasaran untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa. 7p terdiri dari *product, place, price, promotion, people, physical evidence, dan process* yang dijelaskan antara lain:
 - a. Usulan bauran pemasaran berupa *product* yaitu variasi produk, kualitas produk dan kemudahan untuk memperoleh informasi.
 - b. Usulan bauran pemasaran berupa *place* yaitu lokasi.
 - c. Usulan bauran pemasaran berupa *price* yaitu harga produk dan harga servis.
 - d. Usulan bauran pemasaran berupa *promotion* yaitu *marketing* dengan tujuan *informative advertising, marketing, word of mouth, sales promotion, dan interactive marketing*.
 - e. Usulan bauran pemasaran berupa *people* yaitu mekanik dan karyawan pendaftaran servis.
 - f. Usulan bauran pemasaran berupa *physical evidence* yaitu ruang tunggu dan bengkel motor.
 - g. Usulan bauran pemasaran berupa *process* yaitu sistem pembayaran dan garansi produk atau jasa.

V.2 Saran

Setelah membuat kesimpulan, saran untuk Pemilik Bengkel MBS Motor dibuat. Adanya saran yang diberikan dari penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Mempertahankan atribut yang sudah menjadi keunggulan Bengkel MBS motor, yakni mekanik profesional, hasil pengerjaan teliti, dan pelayanan cepat.
2. Meningkatkan kondisi bengkel MBS Motor yakni ruang tunggu sehingga dapat memfokuskan segmen *convenience seeker* dengan melakukan servis berbagai macam sepeda motor.
3. Dapat mengkomunikasikan kualitas sparepart dan adanya garansi yang dimiliki Bengkel MBS Motor kepada konsumen Bengkel MBS Motor sehingga dapat menyaingi Bengkel JG Motor.
4. Pemilik bengkel harus semakin giat melakukan promosi.

Selain itu, berikut ini merupakan saran yang diberikan bagi penelitian selanjutnya. Saran ini bertujuan kepada penelitian topik yang serupa di kemudian hari antara lain:

1. Mempertimbangkan variabel-variabel *segmenting* dan *positioning* yang mempengaruhi pemilihan bengkel motor.
2. Penamaan segmen yang lebih kreatif sehingga pemilik bengkel dapat mempermudah mengingat segmen-segmen bengkel tersebut.
3. Memberikan *tagline* yang lebih kreatif sehingga dapat mempermudah konsumen mengingat suatu bengkel motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2019). *Domestic Distribution and Export*. Diunduh dari <https://www.aisi.or.id/statistic/>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2018, 19 Maret). Jumlah Kendaraan Bermotor Umum dan Bukan Umum Untuk BPKB Menurut Cabang Pelayanan di Jawa Barat. Diunduh dari <https://jabar.bps.go.id/>
- Dewanti, G.K., (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Bengkel Motor “ABC” Menggunakan Konsep *Servis Quality* dan *Importance-Performance Analysis*. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indraprasta PGRI, 10(2), 126.
- Gunawan. (2018, 27 November). Populasi, Sampel, dan Pengujian Normalitas. Diunduh dari <https://www.mantanmahasiswa.com/>
- Hair, J.F.J., Anderson, R.E., Black, W.C., & Babin, W.C. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Pearson New International Edition.
- Hanafrian, R.H. (2017). Tunjauan Strategi Segmentasi, *Targeting, Positioning* (STP) Pada PT Soka Cipta Niaga. *E-Proceeding of Applied Science : Vol 3, No 2, 338-334*
- Hayes, B.E. (2008). *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty : Survey Design, Use, and Statistical Analysis Method*. 3th Edition. ASQ Quality Press.
- Jannah, C. & Abadyo (2013). Analisis Korespondensi Untuk Mengetahui Alasan Mahasiswa Memilih Jurusan di FMIPA Universitas Negeri Malang. Kependidikan FMIPA Universitas Negeri Malang.
- Jeroen. K.V. (2002). *Latent Class Cluster Analysis*. Tilburg University : Statistical Innovations Inc.
- Johnson, R.M. & Orme, B.K. 1996. *How Many Questions Should You Ask In Choice-Based Conjoint Studies?*. Research Paper Series: Sawtooth Software Inc.
- Johnson, R.A. & Wichern, D.W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. 6th Edition. New Jersey : Prentice-Hall

- Katadata. (2019, 8 Februari). Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/>
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, Control*. 8th Edition. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Magidson, J. & Vermunt, J.K. (2001, Januari). *Latent Class Factor and Models*. Diunduh dari: <https://www.researchgate.net/publication/>
- Mulyadi, I. (2011, 28 Juni). Melakukan Segmentasi dengan Demografi. Diunduh dari <https://marketing.co.id/>
- Orme, B. (2010). *Sample Size Issues for Conjoint Analysis*. In *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research* (2nd ed., Madison). Research LLC. Diunduh dari <https://www.sawtoothsoftware.com/download/techpap/samplesz.pdf>.
- Orme, B. (2012). *Latent Class v4.5 Software for Latent Class Estimation for CBC Data*. Research Paper Series: Sawtooth Software Inc.
- Pinnell, J. (2004). *Comment on Huber: Practical Suggestions for Practical Studies*. Research Paper Series: Sawtooth Software Inc.
- Portal Statistik. (2015, 6 April). Jenis-jenis skala pengukuran. Diunduh dari : <http://www.portal-statistik.com/>
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Edisi Revisi. Jakarta: Gramedia.
- Saputra, L.C. & Gozaly, J. (2015). Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan (Studi Kasus: Bengkel Jaya Motor). Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2000). *Research Methods For Business*. Diunduh dari <https://books.google.co.id/>
- Sora. I. (2015, 15 Desember). Pengertian Transportasi Dan Fungsinya Maupun Contohnya. Diunduh dari <http://www.pengertianku.net/>
- Sawtooth Software Inc. (2004). *The CBC Latent Class Technical Paper*. 3th Version. Research Paper Series : Sawtooth Software Inc.
- Sawtooth Software Inc. (2008). *The CBC Advanced Design Module (ADM) Technical Paper*. Research Paper Series : Sawtooth Software Inc.

