

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini. Kesimpulan akan menjawab tujuan penelitian pada bab I. Sedangkan saran digunakan untuk referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode yang sama.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berikut akan diuraikan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini. Kesimpulan ini merupakan hasil dari pengolahan dan pengumpulan data serta analisis yang dilakukan di dalam penelitian ini.

1. Usulan strategi pemasaran bengkel Crom Motor menggunakan metode *choice based conjoint* untuk pemasaran menggunakan 7C yang terdiri dari kebutuhan dan keinginan pelanggan, biaya untuk pelanggan, kemudahan, komunikasi, kompetensi, kenyamanan dan koordinasi adalah keaslian barang, *cashback* go-pay, ovo, dan shopee pay, toko *offline*, promosi menggunakan media sosial, jujur, menyediakan kursi tunggu dan proses pelayanan cepat.
2. Hasil evaluasi pemasaran bengkel Crom Motor untuk ke 3 atribut level dengan nilai utilitas terbesar yaitu, toko *offline*, komunikasi dan biaya untuk pelanggan.
  - a) Atribut level kemudahan menambahkan usulan yaitu menyediakan layanan antar dan jemput untuk perbaikan motor dan menyediakan air putih gratis kepada pelanggan yang sedang menunggu.
  - b) Atribut level komunikasi menambahkan usulan yaitu promosi yang dilakukan di sosial media lebih ke arah *soft selling* dan penambahan *platform* media sosial dengan menggunakan TikTok.
  - c) Atribut level biaya untuk pelanggan menambahkan usulan yaitu menggunakan Q-RIS dibandingkan menggunakan *barcode* yang

berbeda untuk setiap media pembayaran. Hal ini dilakukan agar memperluas *platform* pembayaran selain dari go-pay, ovo dan shopee pay.

## V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian didapatkan saran agar penelitian selanjutnya dapat mempelajari kekurangan dari penelitian usulan strategi pemasaran bengkel Crom Motor menggunakan metode *choice based conjoint*.

1. Metode untuk mengukur preferensi konsumen dapat menggunakan *adaptive choice based conjoint* dibandingkan dengan *choice based conjoint* karena lebih menarik dan tidak monoton.
2. Preferensi konsumen tidak hanya dapat dilihat dengan metode 7C dan banyak faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. Penelitian selanjutnya dapat melihat preferensi konsumen dari faktor yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2018-2020. (2020). Diunduh dari <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html> pada 26 Agustus 2021.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis, 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: The Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. T. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, 17<sup>th</sup> Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing, 4<sup>th</sup> European Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lauterborn, B. (1990). *New Marketing Litany; Four P's Passe; C-words Take Over*. Advertising Age, 41, 26.
- Morlok, E. (1978). *Introduction to Transportation Engineering and Planning*. New York: Mc.Graw-Hill Collage.
- Orme, B. K. (2010). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research, 2<sup>nd</sup> Edition*. Madison: Research Publishers LLC.
- Rao, V. (2014). *Applied Conjoint Analysis*. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sawtooth Software. The CBC System for Choice-Based Conjoint Analysis, 9<sup>th</sup> Edition. (2017). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/cbc-technical-paper> pada 9 Januari 2022.

Sawtooth Software. The CBC/HB *System* Technical Paper, V5,6. (2021). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/cbc-hb-technical-paper> pada 28 Desember 2021.

Sawtooth Software. Consistency Cutoffs to Identify “Bad” Respondent in CBC, ACBC, and Max Diff. (2019). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/consistency-cutoffs-to-identify-bad-respondents-in-cbc-acbc-and-maxdiff> pada 7 Januari 2022.

Sawtooth Software. Hierarchical Bayes : Why All the Attention?. (2000). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/hierarchical-bayes-why-all-the-attention> pada 1 Januari 2022.