

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan akan menjawab tujuan penelitian, sedangkan saran berupa masukan yang dapat dipertimbangkan pada penelitian berikutnya agar dapat menjadi lebih baik.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan berusaha memberi penjelasan atas rumusah masalah yang ingin diselesaikan di awal. Kesimpulan berisikan jawaban atas tujuan penelitian. Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. Identifikasi segmen menghasilkan 3 segmen yang terbentuk bagi Gambarin.ce. Segmen yang ditentukan menjadi target pasar adalah segmen "*Full Package Buyer*". Target konsumen didominasi oleh pelajar dan mahasiswa berusia 17-24 tahun. Berdasarkan uji signifikansi, keputusan membeli konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh karakteristik produk dan waktu pelayanan.
2. Hasil *positioning* yang sesuai untuk target pasar "*Full Package Buyer*" atas pertimbangan preferensi konsumen terhadap produk Gambarin.ce adalah sebagai "Hadiah unik, *long lasting*, dan gak bikin kantong bolong".
3. Usulan bauran pemasaran dibuat atas hasil *positioning*, dengan dimensi bauran pemasaran digital 7P. Dari aspek produk, Gambarin.ce dapat menambah variasi produk menjadi ilustrasi *softcopy* dan *hardcopy*. Dari aspek harga, Gambarin.ce dapat memiliki 2 variasi harga untuk setiap karakteristik produknya, dimana ilustrasi *softcopy* dijual seharga Rp40.000,00 dan ilustrasi *hardcopy* dijual pada kisaran harga Rp55.000,00-Rp100.000,00. Dari aspek tempat, Gambarin.ce berpotensi menambah *channel* penjualan *online* yaitu pada *website freelancer* seperti Sribu dan Fiverr. Dari aspek promosi, Gambarin.ce dapat menerapkan strategi diskon pelajar, dan *endorsement* KOL. Dari aspek manusia, Gambarin.ce bisa melatih kemampuan komunikasi pekerja dan

menerapkan prinsip *fast response*. Dari aspek proses, Gambarin.ce dapat membentuk sebuah *guideline* yang mengatur prosedur pemesanan gambar. Dari aspek bukti fisik, Gambarin.ce dapat memperbaiki tampilan media sosialnya dan memanfaatkannya sebagai portfolio produk dan menerapkan konsep produk baru berupa *gift set*.

V.2 Saran

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Saran yang diberikan ini dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Berikut merupakan saran yang dapat disampaikan.

1. Menentukan atribut *profiling* dalam jumlah yang lebih banyak daripada yang dilakukan pada penelitian ini. Hal ini akan memperkaya informasi profil segmen.
2. Lakukan tahap perancangan kuesioner dengan serius memerhatikan faktor kemenarikan kuesioner. Hal ini penting karena responden cepat merasa bosan dan jenuh saat mengisi kuesioner dengan pertanyaan yang repetitif atau berulang-ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Booms, B. H. & Bitner, M. J. (1981). *Marketing strategies and organization structures for service firms*", in Donnelly, J. H. & George, W. R. (eds.), *Marketing of Service*. Chicago: American Marketing Association
- Chaffey, D. & Fiona E. C. (2016). *Digital Marketing*, 6/E. London: 968-1292077611.
- Cravens, D.W. & Piercy, N.F. (2013). *Strategic Marketing, 10th Edition*. New York: McGraw-Hill
- Green, P. E. & Srinivasan, V. (1978). *Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook*. *Journal of Consumer Research*, 5, 103-123.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2009). *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Halim, A. (2011). *The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry*. *International Journal of Business and Management*, 6, 183-188.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sawtooth Software. *CBC Advanced Design Module Technical Paper*. (2008). Diunduh dari <https://www.sawtoothsoftware.com/support/technical-papers/sawtoothsoftware-products/cbc-advanced-design-module-technical-paper-2008> pada 18 Maret 2022
- Sawtooth Software. *CBC/HB for Beginners*. (2009). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/cbc-hb-for-beginners> pada 19 Maret 2022
- Sawtooth Software. *Software for Latent Class Estimation for CBC Data*. (2012). Diunduh dari <https://content.sawtoothsoftware.com/assets/cd185165-1b9f-4213-bac0-bddb5510da03> pada 18 Maret 2022

- Sawtooth Software. *The CBC System for Choice-Based Conjoint Analysis, 9th edition*. (2017). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resource/technical-papers/cbc-technical-paper-2017> pada 18 Maret 2022
- Sawtooth Software. *Perceptual Choice Experiments: Enhancing CBC to Get from Which to Why*. (2015). Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/perceptual-choice-experiments-enhancing-cbc-to-get-from-which-to-why> pada 18 Maret 2022
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2016). *Teknik Sampling Dan Penentuan Jumlah Sampel*. 10.13140/RG.2.1.5187.0808.