

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dalam penelitian yang dilakukan, telah diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar adalah sebagai berikut :
 - a. Potensi untuk mendirikan usaha baru produk aluminium *panniers box* ternyata masih cukup besar karena pada diagram affinitas mengenai pendapat responden terhadap bisnis produk tersebut paling banyak mengatakan prospek bisnis produk aluminium *panniers box* masih besar dan mulai berkembang dengan kebutuhan para peng-hobi touring sepeda motor.
 - b. Hasil analisis tren menunjukkan bahwa produk aluminium *panniers box* sangat diminati oleh responden terutama responden yang menggunakan sepeda motor sport dengan jumlah responden terbanyak memilih produk aluminium *panniers box* yang ditawarkan, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa sepeda motor yang lain juga memiliki persentase ketertarikan di atas 50%. Analisis tren ini menjadi sumber informasi bahwa tren yang sedang dihadapi pada bisnis aluminium *panniers box* yang ada di Indonesia adalah mayoritas pengguna motor sport.
 - c. Hasil analisis similaritas menunjukkan ada kesamaan tren pada varian motor trail dan dual sport dimana 100% tertarik dengan produk aluminium *panniers box* yang ditawarkan. Ketertarikan tersebut ternyata memiliki kesamaan alasan dalam memilih produk tersebut yaitu dilihat dari segi model atau bentuk dari produk tersebut.
 - d. Hasil analisis kontradiksi tidak ditemukan pola jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner yang kontradiktif pada penelitian ini.
 - e. Hasil analisis odd groupings dalam penelitian ini tidak ditemukan jawaban yang bersifat “negatif” dari harapan penelitian ini.
2. Tujuan riset pasar ini tercapai karena responden mendukung pembuatan usaha baru produk aluminium *panniers box* nantinya, dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa dari desain produk aluminium *panniers box* yang ditawarkan sebanyak 83.08% dari 108 responden menyukai desain produk yang ditawarkan dengan berbagai prioritas alasan dalam memilihnya.

Prioritas pertama yang menjadi alasan mendasar responden memilih produk tersebut adalah dari bentuk atau modelnya dan diikuti alasan berikutnya yaitu bahan, dimensi, dimensi dan fungsi. Penambahan-penambahan fungsi pada produk tersebut pun akan diproduksi sesuai dengan keinginan responden, kecuali penambahan fungsi meja portable yang masih perlu pertimbangan yang matang apakah diperlukan atau tidak pada produk aluminium *panniers box*.

Produk akan dipasarkan melalui media online atau online shop atau bisa juga dengan media sosial sebagai media utama pemasaran produk tersebut. Eksistensi brand dari produk yang akan diproduksi pun akan cepat dikenal jika selalu melakukan update produk baik foto produk yang unik ataupun yang meyakinkan calon pembeli bahwa produk tersebut adalah yang terbaik.

6.2. Saran

Penelitian ini hanya mencakup produk *panniers box* berbahan dasar aluminium saja. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan riset dapat dilakukan dengan *panniers box* berbahan dasar lainnya yang memungkinkan bahan lainnya lebih baik dan lebih bagus ketahanannya serta kedepannya diharapkan dapat melakukan riset yang lebih mendalam dalam upaya pengembangan produk aluminium *panniers box* termasuk fungsi-fungsi pendukung atau tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Curchill, Jr., Gilbert, A., dan Iacobucci, D.I. (2005). *Marketing Research Methodological Foundation*. (Ed 9). USA: Prentice Hall.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. (1992). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1993 Tentang Angkutan Jalan Presiden Republik Indonesia. Diakses tanggal 26 November 2014 dari <http://hubdat.dephub.go.id/peraturan-pemerintah/80-pp-no-41-tahun-1993-tentang-angkutan-jalan/>
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. (2014). Perhubungan Darat Dalam Angka 2013. Diakses tanggal 24 Maret 2015 dari <http://hubdat.dephub.go.id/data-a-informasi/pdda/1483-tahun-2013>
- Doman, Don, Dell Dennison, & Margareth Doman (2002). *Market Research Made Easy* (2nd ed.). Canada : Self Counsel Press.
- Fathurrohman. P dan Sobry, S. (2007). Strategi Belajar Mengajar. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Frazier, W (2005). *Everything You Need To Know Motorcycle Touring*. MBI Publishing Company : USA
- Ikatan Motor Indonesia (2015). Daftar Anggota Klub IMI Cabang D.I.Yogyakarta
- Ikatan Motor Indonesia (2015). Daftar Anggota Klub IMI Cabang Jawa Tengah
- Indrawati, S. (2013). *Quality dimension analysis for indonesian national motorcycle innovation*. Global Science and Technology Forum : Singapore
- Istijanto, M.M. (2005). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong (2001). *Principle of Marketing (The Millenium ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Malhotra, N.K. (2005). *Marketing Research An Applied Orientation* . USA: Prentice Hall.
- Natter, M., & Mild, A. (2003). DELI: *An interactive new product development tool for the analysis and evaluation of market research data*. Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing

Putthiwani, C. (2012). *Investigating consumer insight by using completion techniques: A case study of a motorcycle accessory shop in Thailand*.
International Review of Management and Marketing

