

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kinerja daripada program – program retailing mix yang dilaksanakan perusahaan Griya Supermarket dirasa belum memenuhi harapan. Namun dari hasil penelitian dan pembahasan dapat dilihat bahwa kinerja daripada program – program Retailing Mix yang dilakukan Griya Supermarket dapat dilihat melalui beberapa hal, mengenai produk konsentrasi Griya Supermarket pada produk yang dijual selama ini produk yang berkualitas dan bermutu, terutama pada bagian perishable food. Dalam hal penetapan harga, sama seperti supermarket lain yaitu dengan cara menetapkan harga silang, dimana Griya Supermarket menjual barang tertentu dengan harga yang bersaing. Dalam kegiatan promosi, Griya Supermarket melakukan kegiatan promosinya dengan secara intern dan extern sehingga menghasilkan ketertarikan dari konsumen. Mengenai tempat atau Store Location, Griya Supermarket memilih suatu lokasi yang dekat dengan target market yang dituju. Dalam kegiatan Customer Service, konsumen Griya Supermarket Setra Sari Bandung membutuhkan pelayanan yang ramah dari karyawan, dibantu dalam memilih produk, kasir yang melayani dengan ramah, teliti, dan cekatan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan

kinerja daripada program – program retailing mix yang dilaksanakan perusahaan dirasa sudah cukup memenuhi harapan konsumen.

2. Pengaruh dari program – program Retailing Mix dalam meningkatkan citra dari perusahaan Griya Supermarket Bandung dilakukan melalui Produk (kualitas produk yang baik), Harga (harga murah dan bersaing), Customer Service (pelayanan maksimal), Promotion Tools (alat – alat promosi), dan Shopping Experiences dari si konsumen (pengalaman konsumen dalam berbelanja di Griya Supermarket). Dapat disimpulkan bahwa program – program retailing mix yang dilaksanakan Griya Supermarket Setra Sari Bandung cukup berpengaruh terhadap citra dari perusahaan itu sendiri khususnya dalam hal meningkatkan citra yang sudah terbentuk.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang ingin disampaikan penulis kepada Griya Supermarket adalah sebagai berikut.

1. Kinerja daripada program – program Bauran Penjualan Eceran atau Retailing Mix yang telah dilakukan Griya Supermarket hendaknya terus ditingkatkan pada masa mendatang dengan terus disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan saat itu. Hal ini dilaksanakan salah satunya dengan cara memperlengkap variasi produk yang dijual, lebih peka terhadap harga yang berlaku dipasaran, serta meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen.

2. Berkaitan dengan citra dari perusahaan, hendaknya pihak pengelola Griya Supermarket berusaha untuk lebih mengerti keinginan, kebutuhan, dan hal-hal lain tentang konsumennya, sehingga konsumen merasa terikat tidak hanya secara fisik tetapi secara emosi, hingga pada akhirnya ia tetap berbelanja di Griya Supermarket. Lebih dalam mengenai hubungan antara konsumen dengan perusahaan dapat mempengaruhi citra dari perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini, pemilik Supermarket berusaha untuk selalu berkomunikasi dengan para pelanggannya misalnya dengan mengajak pelanggan untuk terbuka mengemukakan saran dan keluhan-keluhan secara lisan saat konsumen berbelanja di Griya Supermarket sehingga pada akhirnya pemilik ataupun yang diberikan wewenang memimpin dan menjalankan supermarket mendapat masukan-masukan yang bermanfaat bagi supermarket tersebut. Hal ini bermanfaat khususnya berkaitan dengan loyalitas konsumen, juga berkaitan erat terutama dalam hal meningkatkan citra dari perusahaan. Dengan pelayanan yang diberikan secara maksimal melalui kegiatan retailing mix dari perusahaan, dampaknya terhadap citra dari perusahaan dapat dirasakan terutama dalam upaya untuk meningkatkan citra dari perusahaan.