

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dalam proses penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk berbelanja di suatu toserba / supermarket / *hypermarket* adalah :
 1. Kelengkapan fasilitas fisik bagi konsumen.
 2. Kelengkapan dan mutu produk yang dijual.
 3. Suasana berbelanja yang menyenangkan.
 4. Harga yang murah untuk kualitas yang diperoleh.
 5. Adanya promosi produk – produk melalui media cetak dan brosur.
 6. Kecepatan memperoleh informasi harga.
 7. Pelayanan petugas yang menyenangkan.
 8. Frekuensi obral atau frekuensi diskon.
 9. Kemudahan konsumen untuk bertanya dan mengajukan komplain.
 10. Kemudahan akses menuju lokasi toserba / *supermarket* / *hypermarket*.
 11. Frekuensi undian hadiah.
- Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner pertama diperoleh bahwa pesaing-pesaing utama dari Toserba X adalah Hero Supermarket dan Giant Hypermarket.
- Persepsi persaingan Toserba X dengan pesaing utamanya dalam peta posisi berdasarkan faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja di suatu toserba / *supermarket* / *hypermarket* adalah sebagai berikut :

1. Toserba X Vs Giant *Hypermarket*

Toserba X memiliki keunggulan dalam harga yang murah untuk kualitas yang diperoleh, kecepatan memperoleh informasi harga, frekuensi obral / frekuensi diskon, serta frekuensi undian berhadiah.

Namun, Giant *Hypermarket* lebih unggul dari Toserba X dalam kelengkapan fasilitas fisik bagi konsumen, kelengkapan dan mutu produk yang dijual, kemenarikan promosi yang ditawarkan, serta kemudahan akses menuju lokasi toserba / *supermarket* / *hypermarket*.

2. Toserba X Vs Hero *Supermarket*.

Toserba X memiliki keunggulan dalam harga yang murah untuk kualitas yang diperoleh, kecepatan memperoleh informasi harga, frekuensi obral / frekuensi diskon, serta frekuensi undian berhadiah.

Namun, Hero *supermarket* lebih unggul dari Toserba X dalam menciptakan suasana berbelanja yang menyenangkan, pelayanan petugas yang menyenangkan, serta kemudahan bagi konsumen untuk bertanya dan mengajukan komplain.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

a. Saran bagi perusahaan :

➤ Dalam menghadapi persaingan dengan Giant *Hypermarket*, Toserba X dapat melakukan upaya-upaya sebagai berikut :

1. Menyediakan mesin ATM di sekitar lokasi toserba untuk memudahkan konsumen apabila ingin mengambil uang tunai dari mesin ATM.
2. Menambah variasi pilihan merk-merk terkenal atas produk-produk yang dijual dan laku di pasaran.

3. Mengadakan program reward bagi konsumen yaitu dengan cara memberikan sistem poin yang diundi setiap beberapa periode.
 4. Membagi-bagikan brosur-brosur tidak hanya bagi konsumen yang berbelanja di Toserba X, namun juga dengan menyebarkan brosur-brosur ke rumah-rumah.
- Dalam menghadapi persaingan dengan Hero *Supermarket*, Toserba X dapat melakukan upaya-upaya sebagai berikut :
1. Mendesain ulang tata letak ruangan, menata interior toserba agar terlihat lebih menarik, agar tercipta ruangan yang nyaman dan menyenangkan untuk berbelanja.
 2. Memberikan lebih banyak pelayanan pembayaran debit dan kartu kredit dari bank-bank terkemuka.
 3. Menyediakan fasilitas customer care bagi pelanggan untuk menangani masalah-masalah dan komplain-komplain yang diajukan oleh konsumen.
 4. Pihak manajemen Toserba X sebaiknya tetap mengingatkan seluruh petugas toserba untuk bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan dalam memberikan pelayanan bagi konsumen.
- Toserba X perlu melakukan analisis perbandingan lebih lanjut dalam upaya merebut keunggulan pesaing – pesaing utama.
- b. Saran untuk penelitian lebih lanjut :
- Penelitian dapat dilanjutkan dengan mempertimbangkan pesaing-pesaing lainnya seperti cabang dari Toserba X serta supermarket-supermarket lain berada di dekat lokasi Toserba X.
- Penelitian dapat dilanjutkan dengan pengembangan variabel-variabel penelitian berdasarkan model penelitian yang lain, misalnya : model *Total Customer Value* (TCV), model Parasuraman.
- Penelitian dapat dilakukan pada populasi yang jauh lebih luas serta jumlah sampel yang lebih besar agar dapat memperoleh gambaran mengenai keadaan yang sebenarnya.

ABSTRAK

Toserba X adalah salah satu toserba yang terkemuka di kota Bandung. Pihak manajemen Toserba X menyatakan bahwa permasalahan yang kini tengah dialami Toserba X adalah jumlah konsumen yang berbelanja mengalami penurunan sekitar 20 % dikarenakan adanya persaingan yang ketat dengan *supermarket* dan *hypermarket* sejenis yang berada di sekitar lokasi Toserba X. Menyikapi permasalahan tersebut, Toserba X berupaya untuk meningkatkan daya saingnya dengan mempertimbangan persaingan dengan pesaing-pesaing utamanya. Penelitian ini dilakukan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan daya saing perusahaan guna menghadapi persaingan yang ketat.

Pengumpulan data-data yang akan dipergunakan dalam penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap manajemen Toserba X dan sejumlah konsumen, serta menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Kuesioner pendahuluan digunakan untuk menilai tingkat kepentingan dari faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja di suatu toserba / *supermarket* / *hypermarket*. Sedangkan, kuesioner pertama digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja di suatu toserba / *supermarket* / *hypermarket*, serta untuk mengetahui pesaing-pesaing dari Toserba X. Kuesioner kedua digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai Toserba X dan pesaing-pesaing utamanya.

Pengolahan data dengan Analisis Faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja di suatu toserba / *supermarket* / *hypermarket*. Faktor-faktor tersebut adalah penyediaan fasilitas-fasilitas fisik, produk-produk yang dijual lengkap dan kualitasnya baik, suasana yang aman, nyaman, tenang untuk berbelanja serta kemudahan pembayaran dengan debit dan kredit, harga jual produk yang murah dan sudah sesuai dengan kualitas produk yang dijual, kecepatan pelayanan kasir dan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui harga produk, keramahan petugas dalam melayani konsumen, adanya obral atau diskon, kemudahan konsumen untuk bertanya dan mengajukan komplain, kemudahan akses menuju lokasi supermarket baik dengan kendaraan umum dan kendaraan pribadi, serta pengadaan undian berhadiah.

Correspondence Analysis digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Toserba X dengan pesaing utamanya. Toserba X memiliki keunggulan pada kecepatan pelkasir dan kemudahan bagi konsumen mengetahui harga produk, adanya obral / diskon, dan adanya undian berhadiah. Namun, Giant *Hypermarket* lebih unggul dari Toserba X dalam penyediaan fasilitas fisik, kelengkapan dan kualitas yang baik dari produk-produk yang dijual, harga jual yang murah serta sesuai dengan jenis dan kualitas produk, promosi melalui media cetak dan brosur, serta kemudahan akses menuju lokasi. Hero *supermarket* lebih unggul dari Toserba X dalam menciptakan suasana belanja yang aman, nyaman, tenang serta memberikan kemudahan pembayaran dengan debit dan kartu kredit, keramahan petugas dalam melayani konsumen, serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk bertanya dan mengajukan komplain.

