

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Supermarket Griya Setrasari Mall adalah:

Kekuatan

1. Kualitas produk yang ditawarkan
2. Kemasan yang baik
3. Harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor
4. Kesesuaian harga dengan kondisi produk
5. Adanya undian bagi pembelian sejumlah tertentu-
6. Ketanggapan karyawan
7. Proses pembayaran yang cepat
8. Proses pengambilan barang dengan cepat
9. Proses pengambilan barang dengan tepat
10. Ketepatan jam operasional
11. Proses pembayaran dapat dengan cara lain
12. Produk ditata dengan rapi
13. Kebersihan tempat berbelanja
14. Penerangan ruangan yang memadai
15. Terdapat tempat penitipan barang
16. Terdapat AC
17. Terdapat Lift

Kelemahan

1. Kelengkapan produk yang ditawarkan
2. Barang yang tersedia selalu ada
3. Kemudahan menemukan lokasi

4. Lokasi dilalui oleh angkutan kota
5. Pemberitahuan pelayan kasir akan adanya promo
6. Terdapat tempat parkir yang memadai

Peluang

1. Lokasi dekat dengan perumahan Elit
2. Lokasi dekat dengan sekolah dan kampus
3. Peningkatan jumlah penduduk di kawasan Bandung
4. Gaya hidup masyarakat
5. Lemahnya kekuatan tawar menawar pemasok
6. Perumbuhan Ekonomi Indonesia

Ancaman

1. Ancaman masuknya pendatang baru
 2. Persaingan sesama perusahaan industri
 3. Meningkatnya harga bahan bakar motor dan tarif dasar listrik
 4. Kekuatan tawar menawar pembeli
2. Alternatif Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan performansi Supermarket Griya Setrasari Mall adalah:

- *Market development*
- *Market penetration*
- *Product development*

3. Strategi yang paling tepat digunakan oleh Supermarket Griya Setrasari Mall adalah *Market Penetration Strategy*.

Beberapa variabel yang perlu diperhatikan untuk menjadi prioritas utama karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun perusahaan belum dapat memenuhinya adalah sebagai berikut:

- Kelengkapan produk yang ditawarkan
- Barang yang tersedia selalu ada
- Kemudahan menemukan lokasi
- Pengemasan barang sesuai kategori
- Produk ditata dengan teratur
- Terdapat WC

- Terdapat tempat parkir yang memadai

Variabel yang sebaiknya dipertahankan prestasinya karena memiliki tingkat kepuasan dan kepentingan yang tinggi adalah sebagai berikut:

- Kondisi produk yang selalu baru
- Kualitas produk yang ditawarkan
- Kemasan yang baik
- Harga yang lebih murah dibandingkan kompetitor
- Kesesuaian harga dengan kondisi produk
- Keramahan karyawan
- Kecakapan karyawan dalam melayani
- Kesiapan karyawan saat pelanggan membutuhkan
- Proses pembayaran yang cepat
- Pengembalian uang dengan tepat
- Proses pembayaran dapat dengan cara lain
- Produk ditata dengan rapi
- Luas gang yang sesuai
- Kebersihan tempat berbelanja
- Terdapatnya keterangan yang jelas untuk penempatan produk
- Penerangan ruangan yang memadai
- Terdapat AC

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang berguna bagi perusahaan:

- Sebaiknya perusahaan memperbaiki pelayanan-pelayanan yang belum memuaskan konsumen dengan memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran agar tidak ada konsumen yang pindah belanja ke supermarket lain karena tidak mendapatkan kepuasan tetapi selalu tertarik untuk berbelanja kembali di supermarket tersebut.

- Sebaiknya perusahaan menginvestasikan lebih dalam hal promosi dan pemasaran untuk dapat memasuki pasar dengan merebut pangsa pasar.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut

- Untuk penelitian lebih lanjut sebaiknya skala likert diperkecil menjadi 1 – 4 sehingga untuk pernyataan 'biasa saja' tidak menjadi rancu.
- Untuk mengetahui faktor-faktor 7P sebaiknya dilakukan penyebaran kuesioner awal untuk mengathui faktor apa saja yang penting menurut konsumen.