

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dan analisis data yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari analisis deskriptif dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berbelanja di Bazar Swalayan adalah wanita, sedangkan dilihat dari umur lebih banyak mereka yang berumur 26-35 tahun dan kebanyakan status mereka sudah kawin. Sedangkan dari tingkat pendidikan, mereka sudah tergolong pada tingkatan menengah ke atas atau berpendidikan perguruan tinggi, sehingga selain sebagian besar konsumen adalah bekerja sebagai pegawai swasta juga banyak dari kalangan mahasiswa. Dan rata-rata terbesar dari mereka memiliki tingkat pendapatan di atas Rp1.000.000.
2. Berdasarkan analisis kepuasan konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bazar Swalayan Condong Catur. Hal ini dapat dibuktikan dengan indeks kepuasan sebesar 15476 yang berada pada interval 9975 dan 17850 yaitu pada kategori tidak puas. Hasil ketidakpuasan ini juga didukung dengan hasil tingkat kesesuaian yang menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan belum mampu memberikan kepuasan kepada konsumen karena tingkat kesesuaian pada masing-masing dimensi

masih dibawah 100%. Hanya item konsumen merasa aman dalam melaksanakan aktivitas berbelanja yang telah memberikan kepuasan karena tingkat kesesuaiannya diatas 100%.

3. Berdasarkan analisis koordinat kartesius per item menunjukkan bahwa atribut yang perlu diprioritaskan adalah item :
  - a) Variabel 1 yaitu memiliki sarana dan prasarana yang modern seperti mesin kasir dan mesin kartu debit
  - b) Variabel 4 yaitu tempat parkir yang luas dan nyaman.
  - c) Variabel 11 yaitu karyawan selalu siap membantu konsumen ketika dibutuhkan
  - d) Variabel 12 yaitu karyawan selalu tanggap terhadap setiap permintaan konsumen
  - e) Variabel 13 yaitu karyawan dapat dipercaya

Berdasarkan analisis diagram kartesius per dimensi maka hendaknya perusahaan mampu mempertahankan dimensi-dimensi tangible, responsiveness, dan reliability karena ketiga dimensi ini telah sesuai antara kinerja dan kepentingan.

## 5.2. Saran

1. Pihak manajemen Bazar Swalayan Condong Catur harus dapat mempertahankan kinerja pada keempat variabel yang berada pada kuadran B yaitu dengan menawarkan produk-produk yang dijual seluruhnya telah dilengkapi dengan label harga, sehingga konsumen tidak kesulitan dalam

memilih produk sesuai dengan harga yang diinginkan. Selain itu pada rak-rak tertentu telah ditempel informasi tentang diskon sehingga konsumen akan mudah mendapatkan produk mana saja yang dikenakan diskon dan yang tidak dikenakan diskon. Selain itu dalam penampilan swalayan ini harus dipertahankan dimana interior dan eksterior yang terlihat rapi, serta tata ruang dan sistem penataan barang yang cukup baik.

2. Strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh Bazar Swalayan Condong Catur sebaiknya mengembangkan bisnis dengan melengkapi kelemahan-kelemahan yang ada. Strategi ini logis untuk perusahaan dengan posisi yang baru tumbuh, dimana kualitas pelayanan baik pada dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy belum memberikan kepuasan konsumen.
3. Bazar Swalayan hendaknya dapat menemukan kombinasi yang tepat antara item atau kategori barang yang ada dengan permintaan konsumen sehingga dapat memaksimalkan kepuasan konsumen.
4. Bazar Swalayan hendaknya segera melakukan pembenahan aspek operasi pada seluruh dimensi kualitas yang masih kurang dalam memberikan kepuasan konsumen. Pada dimensi Tangibles yang perlu mendapatkan perhatian lebih adalah pada sarana dan prasarana yang modern sehingga memberikan kemudahan pada konsumen. Pada dimensi Reliability yang perlu mendapatkan penambahan adalah promosi dengan hadiah semakin sering dilakukan karena itu dapat menarik minat konsumen dalam membeli. Pada dimensi Responsiveness, masih banyak yang perlu

diperhatikan karena dimensi ini dirasa paling besar menyebabkan ketidakpuasan konsumen, sehingga seharusnya karyawan yang ada di Bazar Swalayan dapat lebih tanggap lagi terhadap permintaan konsumen dan selalu siap membantu dengan cepat. Sedangkan pada dimensi Assurance dilihat dari tingkat kesesuaian sudah dianggap cukup, mungkin kalau pun ada yaitu pada pemberian jaminan kepada konsumen dalam melakukan keluhan sehingga hal itu menambah kepuasan konsumen dalam berbelanja. Dan pada dimensi Emphaty yang perlu diperbaiki kinerjanya adalah kurang tanggapnya karyawan mengetahui kebutuhan serta keinginan konsumen, sehingga seharusnya karyawan dapat mulai belajar terhadap kebiasaan yang sering dilakukan konsumen.

