

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden yang berbelanja di Swalayan Karuma Taman Siswa terdiri atas responden pria sebanyak 67 orang dan wanita sebanyak 36 orang dengan mayoritas responden berusia antara 20 – 30 tahun (73,6%). Mayoritas responden mempunyai penghasilan sebesar Rp 500.000 – 1.000.000 (40,8%), dan sebagian besar merupakan mahasiswa Universitas Islam Indonesia (23,3%) dan Universitas Gadjah Mada (21,4%). Responden sebagian besar telah berbelanja di Swalayan Karuma Taman Siswa sebanyak lima kali (29,1%) dan satu kali (28,2%).
2. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa :
 - Tidak terdapat perbedaan pemilihan atribut harga, produk dan lokasi dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan jenis kelamin responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut yang kurang dari nilai X^2 tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dan terdapat perbedaan pemilihan atribut pelayanan dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma

Taman Siswa berdasarkan jenis kelamin responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut pelayanan (12,253) yang lebih besar dari nilai X^2 tabel (9,488).

- Tidak terdapat perbedaan pemilihan atribut harga, produk dan pelayanan dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan usia responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut yang kurang dari nilai X^2 tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dan terdapat perbedaan pemilihan atribut lokasi dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan usia responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut lokasi (15,906) yang lebih besar dari nilai X^2 tabel (14,067).
- Tidak terdapat perbedaan pemilihan atribut harga, produk, pelayanan dan lokasi dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan besar penghasilan responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut harga dan produk yang kurang dari nilai X^2 tabel dan juga dibuktikan dengan dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.
- Tidak terdapat perbedaan pemilihan atribut harga, produk, pelayanan dan lokasi dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan asal

perguruan tinggi responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut harga dan produk yang kurang dari nilai X^2 tabel dan juga dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.

- Tidak terdapat perbedaan pemilihan atribut harga, produk, pelayanan dan lokasi dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di swalayan Karuma Taman Siswa berdasarkan jumlah kunjungan responden. Hal ini dibuktikan dengan nilai X^2 hitung atribut harga dan produk yang kurang dari nilai X^2 tabel dan juga dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.
3. Atribut yang paling dominan dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di Swalayan Karuma Taman Siswa adalah atribut harga. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas alasan utama konsumen berbelanja adalah faktor harga yaitu sebesar 56,3%. Konsumen memilih untuk berbelanja di Swalayan Karuma Taman Siswa karena harga produk yang ditawarkan sesuai dengan nilai produk, swalayan sering memberi potongan harga pada produk dan harga yang ditawarkan dibawah harga pesaing untuk produk yang sama.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Secara umum pihak manajemen swalayan harus berusaha meningkatkan atribut-atribut lainnya (harga, produk dan pelayanan) yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di Swalayan Karuna Taman Siswa. Sehingga dapat bersaing dengan swalayan-swalayan yang lainnya, serta dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Atribut pelayanan merupakan atribut yang secara umum paling rendah dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja di Swalayan Karuna Taman Siswa. Oleh karena itu pihak perusahaan perlu melakukan upaya peningkatan pelayanan agar semakin memotivasi konsumen untuk berbelanja. Misalnya dengan menambah jumlah pramuniaga sehingga pelayanan dapat semakin cepat, pemberian training (kursus singkat) pada pramuniaga sehingga mereka dapat melayani konsumen dengan lebih ramah, pemasangan display yang menarik serta memudahkan konsumen dalam berbelanja.
3. Pada waktu-waktu tertentu pihak manajemen Swalayan Karuna Taman Siswa perlu memberikan diskon ataupun undian pada konsumen, sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk berbelanja di swalayan tersebut.