

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Persepsi reponden terhadap retail modern dan retail tradisional adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel produk, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 4,24 (sangat setuju) dibandingkan dengan rata-rata skor produk pada retail tradisional sebesar 3,84 (setuju). Produk pada ritel modern dipersepsi lebih sesuai dengan keinginan, memiliki kualitas yang tinggi, lebih beragam, dan aman untuk dikonsumsi/digunakan daripada produk pada ritel tradisional.
 - b. Variabel harga, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih rendah sebesar 3,46 (setuju) dibandingkan dengan rata-rata skor harga pada retail tradisional sebesar 3,73 (setuju). Harga pada ritel tradisional dipersepsi lebih fleksibel, dan lebih terjangkau daripada harga pada ritel modern. Sedangkan ritel modern dipersepsi lebih murah daripada harga ritel tradisional
 - c. Variabel promosi, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 3,67 (setuju) dibandingkan dengan rata-rata promosi pada retail tradisional sebesar 3,6 (setuju). Promosi pada ritel modern

dipersepsi lebih tepat, sering menawarkan program diskon, dan lebih menarik. Sedangkan promosi pada ritel tradisional dipersepsi lebih memperhatikan konsumen yang loyal dengan memberikan THR pada hari-hari besar, memiliki program bon, dan memiliki program nyalapnyaur.

- d. Variabel tempat, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 3,81 (setuju), dibandingkan dengan rata-rata tempat pada ritel tradisional sebesar 3,42 (setuju). Tempat pada ritel modern dipersepsi lebih dari lokasinya berada dipusat keramaian, dekat dengan rumah, memiliki akses jalan yang memadai, dan toko memiliki layanan pengiriman daripada tempat pada ritel tradisional
- e. Variabel orang, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 3,99 (setuju), dibandingkan dengan rata-rata skor orang pada ritel tradisional sebesar 3,48 (Setuju). Orang pada ritel modern dipersepsi bahwa petugas lebih memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual, cepat dalam melayani konsumen, ramah, sabar, dan berpenampilan lebih rapi daripada orang pada ritel tradisional.
- f. Variabel sarana fisik, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 4,25 (sangat setuju), dibandingkan dengan sarana fisik pada ritel tradisional sebesar 3,58 (setuju). Sarana fisik pada toko ritel modern dipersepsi lebih nyaman, aman, terlihat bersih, desain interior yang membuat nyaman, fasilitas *free wifi*, tata letak tempat yang

rapi, penataan produk terklasifikasi, dan memiliki fasilitas antrian dari pada toko ritel tradisional.

- g. Variabel proses, rata-rata skor persepsi konsumen terhadap ritel modern lebih tinggi sebesar 3,89 (setuju), dibandingkan dengan proses pada ritel tradisional sebesar 3,37 (netral). Proses pada ritel modern dipersepsi konsumen lebih setuju bahwa toko memiliki durasi waktu operasi pagi sampai malam, konsumen dapat cepat dalam menemukan produk yang dicari, sistem pembayaran variatif, dan proses pembayaran cepat daripada ritel tradisional. Sedangkan proses pada ritel tradisional dipersepsi konsumen lebih setuju bahwa proses persediaan barang lebih cepat daripada ritel modern.

2. Perbandingan persepsi konsumen terhadap ritel tradisional dan ritel modern.
- a. Ada perbedaan persepsi terhadap produk pada ritel modern dengan produk pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap produk ritel modern lebih besar dari mean persepsi terhadap produk ritel tradisional, $16,97 > 15,3$.
- b. Ada perbedaan persepsi terhadap harga pada ritel modern dengan harga pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap harga ritel modern lebih kecil dari mean persepsi terhadap harga ritel tradisional, $10,40 < 11,21$.
- c. Tidak ada perbedaan persepsi terhadap promosi pada ritel modern dengan ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap promosi ritel

modern lebih besar dari mean persepsi terhadap promosi ritel tradisional, $22,04 > 21,60$.

d. Ada perbedaan persepsi terhadap tempat pada ritel modern dengan tempat pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap tempat ritel modern lebih besar dari mean persepsi terhadap tempat ritel tradisional, $15,27 > 13,68$.

e. Ada perbedaan persepsi terhadap orang pada ritel modern dengan orang pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap orang ritel modern lebih besar dari mean persepsi terhadap orang ritel tradisional, $20,03 > 17,64$.

f. Ada perbedaan persepsi terhadap sarana fisik pada ritel modern dengan sarana fisik pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap sarana fisik ritel modern lebih besar dari mean persepsi terhadap sarana fisik ritel tradisional, $38,27 > 32,20$.

g. Ada perbedaan persepsi terhadap proses pada ritel modern dengan proses pada ritel tradisional, pada uji *t-test* nilai mean pada persepsi terhadap proses ritel modern lebih besar dari mean persepsi terhadap proses ritel tradisional, $20,08 > 16,86$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik retail tradisional

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sesuai fakta di lapangan memberikan arahan secara konkrit bahwa ke depan nantinya pemilik ritel tradisional untuk

lebih meningkatkan kualitas, keberagaman, dan keamanan dari produk yang dijual. Pada aspek tempat ritel tradisional diharapkan mampu memilih lokasi toko yang lebih strategis. Pada aspek orang ritel tradisional diharapkan mampu menyeleksi petugas toko sehingga petugas toko memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual, kecepatan dalam pelayanan, keramahan, kesabaran. Pada aspek sarana fisik ritel tradisional diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan toko, keamanan toko, kebersihan toko, penataan tempat yang rapi, penataan produk yang rapi dan terklasifikasi dan penambahan fasilitas antrian jika diperlukan. Pada aspek proses ritel tradisional diharapkan mampu mengaplikasikan sistem antrian sehingga proses pembayaran lebih cepat, memiliki sistem pembayaran yang variatif. Dengan peningkatan dan penambahan fasilitas/sistem baru ini diharapkan persepsi konsumen akan semakin positif terhadap keberadaan ritel tradisional.

2. Bagi pemilik ritel modern

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sesuai fakta di lapangan memberikan arahan secara konkrit bahwa ke depan nantinya pemilik ritel modern untuk lebih menekankan aspek harga, fleksibilitas harga, keterjangkauann harga, dan harga lebih murah. Strategi untuk harga ini ritel modern dapat menggunakan strategi menambah varian keberagaman produk untuk menutupi perbedaan aspek harga ini. Mengingat ritel modern yang selalu menggunakan sistem harga pas, dan mengingat fasilitas yang ditawarkan ritel modern lebih banyak sehingga menyebabkan perbedaan tingkat harga produk yang dijual.

Dengan strategi ini diharapkan persepsi konsumen akan semakin positif terhadap keberadaan retail modern.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain yang tertarik melakukan kajian studi mengenai persepsi konsumen terhadap retail modern dan retail tradisional dapat mencoba melakukan pendekatan dan metode yang tepat. Diharapkan dengan dilakukannya studi lanjutan (*development research*), baik dari pendekatan atau metode yang berlainan, maka permasalahan mengenai persepsi konsumen terhadap retail modern dan retail tradisional akan memperoleh solusi yang komprehensif dan integral.

