

VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis faktor terdapat 12 indikator membentuk 5 faktor dengan total varian (kumulatif persentasi) sebesar 66,828%, dengan *factor loading* berkisar antara 0,618 sampai dengan 0,818. Dalam konteks Eksternal dan Internal kontribusi dari masing-masing faktor yang terbentuk faktor yang paling banyak dipertimbangkan adalah faktor internal, yakni dengan kontribusi variance sebesar 41,171%. Sedangkan pada faktor eksternal kontribusi yang dipertimbangkan konsumen adalah sebesar 25,658%. Namun pada konteks dimensi yang digunakan faktor yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen yaitu faktor Kelas Sosial dan Keluarga. Adapun pembagiannya dapat dijelaskan pada kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang paling dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam berbelanja di minimarket Alfamart yaitu faktor Kelas Sosial dan Keluarga yang mana faktor ini merupakan bagian dari faktor eksternal. Faktor ini meliputi indikator: (1) indikator saya berbelanja di Alfamart tergantung dari jumlah pendapatan saya, (2) Saya berbelanja di Alfamart atas rekomendasi dari teman atau tetangga saya, (3) Saya berbelanja di

Alfamart karena adanya permintaan dari salah satu anggota keluarga. Kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 14,659 % dengan *eigen value* 1,759.

2. Konsep diri, kepribadian dan sikap Merupakan Faktor ke 2 yang dipertimbangkan konsumen dalam berbelanja di minimarket Alfamart di Kecamatan Kotagajah. Indikatornya terdiri adalah sebagai berikut: Berbelanja di Alfamart merupakan hobi saya, (2) Berbelanja di Alfamart sesuai dengan konsep diri saya, (3) Secara keseluruhan saya senang berbelanja di Alfamart. Kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 14.252 % dengan *eigen value* 1,710.
3. Persepsi merupakan faktor ke 3 yang dipertimbangkan konsumen dalam berbelanja di minimarket Alfamart kecamatan kotagajah. Indikatornya terdiri dari: (1) Keberadaan Alfamart memberikan tambahan alternatif tempat berbelanja bagi saya, (2) Saya berbelanja di Alfamart karena melihat citra Alfamart sebagai salah satu minimarket yang terkenal dan terkemuka. Kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 13.605 % dengan *eigen value* 1,633.
4. Motifasi dan belajar merupakan faktor ke 4 yang dipertimbangkan konsumen dalam berbelanja di minimarket Alfamat kecamatan Kotagajah. Indikatornya meliputi: (1) Dengan kehadiran Alfamart membantu saya dalam mengatur keuangan, (2) pengalaman saya berbelanja di Alfamart membuat saya kembali berbelanja. Kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 13.314 % dengan *eigen value* 1,598.

5. Kelompok Sosial merupakan faktor ke 5 yang dipertimbangkan konsumen dalam berbelanja di minimarket Alfamart kecamatan Kotagajah. Indikatornya meliputi: (1) Saya berbelanja di Alfamart setelah saya melihat teman atau tetangga saya berbelanja di sana/Alfamart, (2) Saya berbelanja setelah melihat banyak orang yang berbelanja di Alfamart. Kontribusi varian dari faktor ini adalah sebesar 10,999 % dengan *eigen value* 1,320.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Alfamart melakukan promosi tepat pada waktunya, yakni lebih intensif melakukan promosi pada saat dipenghujung akhir bulan karena pangsa pasar konsumen Alfamart yang berada di kecamatan kotagajah mayoritas berprofesi sebagai PNS ataupun wirausahawan dimana konsumen banyak melakukan kegiatan berbelanja pada awal bulan. Sehingga memungkinkan konsumen tersebut untuk berbelanja.
2. Sebaiknya pihak Alfamart melengkapi produknya pada pemenuhan kebutuhan yang bersifat memenuhi kebutuhan keluarga, misalnya saja; Pada anak-anak yang mana kebutuhan dari anak-anak banyak mengacu pada produk snack atau makanan ringan, jika konteksnya pada ibu-ibu rumah tangga Alfamart perlu melengkapi produknya kepada produk-produk kebutuhan memasak, membuat kue, mencuci ataupun yang

memang dibutuhkan oleh ibu-ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari.

3. Ketersediaan Produk-produk di Alfamart juga harus terjamin. Konsumen yang sudah berlangganan tentunya akan merasa kecewa bila ternyata produk yang dicarinya tidak tersedia. Hal ini dapat memicu beralihnya konsumen tersebut ke minimarket atau toko lain.
4. Alfamart hendaknya mampu mempertahankan image yang sudah melekat. Yakni dari segi pencitraan Alfamart itu sendiri sebagai minimarket yang berkualitas, terkemuka dan banyak digemari konsumen. Oleh karenanya jangan sampai mengecewakan konsumen, karena dengan begitu konsumen akan selalu simpatik terhadap Alfamart.
5. Pelayanan hendaknya juga menjadi prioritas yang diutamakan Alfamart karena dari pelayanan yang baik konsumen akan merasa simpatik. Belajar dari pengalaman tersebut tentunya konsumen akan tertarik untuk kembali berbelanja.
6. Kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja menjadi salah satu alasan bagi konsumen dalam berbelanja terlebih bagi konsumen yang tingkat intensitas belanjanya tinggi, oleh karenanya fasilitas-fasilitas Alfamart harus terjamin. Dari segi fasilitas dapat dikatakan Alfamart sudah baik namun jika ditinjau kembali seperti fasilitas tempat parkir sebaiknya Alfamart menempatkan petugas khusus yang menjaga kendaraan konsumennya, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman.
7. Diharapkan adanya penelitian-penelitian serupa di daerah/lokasi penelitian lain, hal ini bertujuan untuk lebih mengetahui segmentasi dari para

konsumenya. Masih banyak wilayah lain dengan segmentasi konsumen yang berbeda dari konsumen Alfaamart yang berada di kecamatan Kotagajah, sehingga diharapkan hasil yang ada dapat dibandingkan dan saling melengkapi.