

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian yang kemudian telah dianalisa dengan menggunakan uji-t maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dengan sikap konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang pada indikator harga, lokasi, promosi, *people* dan prasarana fisik, sedangkan pada indikator produk dan proses penyampaian produk tidak ditemukan perbedaan yang signifikan.
2. Besarnya perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dengan sikap konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang adalah sebesar 0.000 berada di bawah *level of signifikan* 0,05, namun berdasarkan dari ketujuh sub variabel yang diuji dalam penelitian ini terdapat perbedaan nilai signifikan.
 - Variabel produk tidak ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, karena nilai P yang tidak signifikan yaitu sebesar 0,068 ($P > 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 16,29 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 16,89.
 - Variabel harga ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, yaitu nilai

signifikan sebesar 0,038 ($P < 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 15,27 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 14,67.

- Variabel lokasi ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, yaitu nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 15,37 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 17,63.
- Variabel promosi ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, yaitu nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 7,92 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 11,97.
- Variabel *people* ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, yaitu nilai signifikan sebesar 0,004 ($P < 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 10,83 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 11,60.
- Variabel proses tidak ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, karena nilai P yang tidak signifikan yaitu sebesar 0,181 ($P > 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 9,27 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 9,60.
- Variabel prasarana fisik ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu dengan sikap konsumen pasar Modern Chandra *Superstore*, yaitu nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$), dengan mean pasar tradisional Pasar Tugu adalah 11,34 dan mean pasar modern Chandra *Superstore* adalah 15,86.

3. Dari perhitungan skala likert dapat diketahui bahwa keunggulan dari pasar tradisional pasar Tugu Bandar Lampung yaitu pada faktor harga yang ditawarkan, sedangkan

keunggulan dari pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang yaitu pada produk, lokasi, promosi, *people*, proses penyampaian produk, dan prasarana fisik.

5.2 Saran

Sehubungan dengan diadakannya penelitian mengenai **Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Pasar Tradisional (Pasar Tugu Bandar Lampung) dan Pasar Modern (Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang)**, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Pengelola Pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung hendaknya memperhatikan faktor lokasi yang ada, yaitu dengan meningkatkan kebersihan, kerapian dan keamanan lokasi, seperti melakukan renovasi bangunan dan penertiban terhadap pedagang kaki lima. Hal ini guna menunjang kenyamanan konsumen saat berbelanja.
2. Pengelola Pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung hendaknya melakukan promosi, seperti promosi melalui media elektronik dan media cetak, sehingga dapat menarik konsumen untuk berbelanja.
3. Para pedagang yang ada di Pasar Tugu hendaknya meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, seperti meningkatkan pelayanan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan dan sigap, serta mampu menginformasikan produk yang dibutuhkan konsumen. Hal ini akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.
4. Pengelola Pasar Tradisional Pasar Tugu hendaknya meningkatkan prasarana fisik pasar, seperti meningkatkan keamanan dan keluasaan tempat parkir serta menyediakan fasilitas toilet yang memadai.
5. Pasar Modern Chandra *Superstore* hendaknya menerapkan harga rendah dalam penjualan produknya karena mayoritas konsumen Indonesia sensitive terhadap harga.
6. Pemerintah Daerah hendaknya memperbaiki sarana dan prasarana Pasar Tradisional sehingga tidak kalah saing dengan pasar modern.

