

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2015, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh lokasi (*location*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $12,837 > 1,990$ (hasil intervolasi). Hal ini berarti lokasi suatu toko ritel memberikan nilai lebih bagi perusahaan dimata konsumen. Kriteria-kriteria lokasi yang baik bagi usaha ritel haruslah dipertimbangkan karena akan memberikan konsumen suatu kemudahan yang akan berdampak pada kepuasan konsumen.
2. Ada pengaruh barang dagang (*merchandise*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $14,781 > 1,990$ (hasil intervolasi). Ritel sebagai penyedia barang dagangan tentunya harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen untuk bisa membuat konsumen tersebut merasa puas. Maka, dalam usaha ritel

perlu memperhatikan barang dagang yang dijualnya, baik dari segi keberagaman, ketersediaan, hingga kualitas barang dagangan.

3. Ada pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $14,032 > t_{tabel}$ sebesar 1,990 (hasil intervolasi). Harga yang dibayar konsumen akan menjadi pengalaman bertransaksi bagi konsumen tersebut. Penentuan harga barang dagang haruslah diperhitungkan dan dipertimbangkan secara tepat menyesuaikan tolak ukur konsumen. Kesesuaian dan keterjangkauan barang dagang akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.
4. Ada pengaruh promosi (*promotion*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $15,899 > 1,990$ (hasil intervolasi). Toko ritel perlu mengenalkan diri kepada konsumen, agar konsumen bisa mengetahui dan mempertimbangkan ritel tersebut sebagai pilihan untuk berbelanja. Hal tersebut bisa dilakukan melalui promosi.
5. Ada pengaruh pelayanan (*service*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $16,289 > 1,990$ (hasil intervolasi). Penyelenggaraan pelayanan haruslah mampu memenuhi harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika mereka menerima pelayanan yang baik, karena mereka akan merasa dihargai dan diprioritaskan.

6. Ada pengaruh suasana toko (*store atmosphere*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $10,812 > 1,990$ (hasil intervolasi). Suasana toko yang tertata dan terkondisi dengan baik akan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja. Apabila konsumen merasa nyaman tentunya mereka akan merasa puas dengan apa yang sudah diberikan perusahaan.
7. Ada pengaruh lokasi (*location*), barang dagang (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), dan suasana toko (*store atmosphere*) terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $107,253 > 2,18$ (hasil intervolasi). Jika perusahaan memperhatikan semua unsur bauran ritel yang meliputi lokasi, barang dagang, harga, promosi, pelayanan, dan suasana toko maka kepuasan konsumen pun akan meningkat seiring dengan usaha perusahaan dalam mengupayakan yang terbaik disetiap unsur bauran ritel tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut.

1. Lokasi UKM Mart sudah cukup baik apabila dilihat dari segi tingkat keramaian lokasi dan kemudahan akses. Namun, untuk ketersediaan dan

keamanan lahan parkir masih kurang, oleh karenanya UKM Mart perlu mengupayakan fasilitas parkir yang lebih baik lagi. Hal ini terlihat dari pernyataan konsumen berdasarkan angket yang telah disebar, yang menunjukkan bahwa ketersediaan dan keamanan lahan parkir masih memiliki frekuensi jawaban rendah yang cukup banyak.

2. Pernyataan produk di UKM Mart selalu tersedia pada variabel barang dagang masih menunjukkan kategori rendah yang cukup banyak bagi sebagian konsumen. Hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi keraguan konsumen mengenai hal tersebut ialah selalu memastikan ketersediaan stok produk di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.
3. Harga produk yang terdapat di UKM Mart menurut konsumen tidak lebih murah dan menarik dengan toko lainnya, bahkan masih ada yang beranggapan bahwa keterjangkauan harga barang yang dijual UKM Mart rendah. Berkaitan dengan penentuan harga ini, hendaknya UKM Mart menentukan kebijakan harga dengan mempertimbangkan daya beli konsumen dan tidak menetapkan harga yang cenderung mahal, atau bahkan bisa memberikan penawaran harga yang lebih menarik minat beli konsumen dibanding pesaing.
4. Membuat program diskon bisa digunakan UKM Mart sebagai langkah untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, UKM Mart juga perlu meningkatkan komunikasi kepada konsumen, sehingga konsumen bisa lebih mengenal dan memilih UKM Mart sebagai tempat berbelanja.

5. Pelayanan merupakan unsur yang memiliki pengaruh paling kuat (dominan) untuk memberikan kepuasan bagi konsumen di UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung, oleh karena itu pelayanan ini haruslah sangat diperhatikan. UKM Mart harus memiliki karyawan yang terlatih dalam menyampaikan informasi seputar produk, harga, program promosi serta informasi lain terkait UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung.
6. UKM Mart harus selalu berupaya untuk memberikan kenyamanan pada konsumen dalam berbelanja, yaitu dengan menyusun tata ruang toko yang nyaman dan mudah untuk melakukan transaksi, termasuk juga memperhatikan pendingin udara dan wangi dalam toko.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh uji hipotesis membuktikan bahwa bauran ritel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hendaknya UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung selalu mengupayakan kestrategisan dan kemudahan akses lokasi serta ketersediaan fasilitas parkir, menjaga kelengkapan produk, menetapkan strategi harga yang tepat, meningkatkan promosi dan pelayanan, serta menciptakan suasana toko yang nyaman demi memuaskan keinginan konsumennya.