

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa pernyataan responden tentang sikap konsumen pada pasar tradisional Bambu Kuning dan pasar modern Mall Kartini di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

1. Sub variabel produk konsumen lebih memilih pasar tradisional bambu kuning, hal ini diketahui dari mean pasar tradisional Bambu Kuning yang lebih besar dari pasar modern Mall Kartini yaitu sebesar $16.36 > 16.13$.
2. Sub variabel harga konsumen lebih memilih pasar tradisional bambu kuning, hal ini diketahui dari mean pasar tradisional Bambu Kuning lebih besar dari mean pasar modern Mall Kartini yaitu sebesar $12.27 > 12.56$.
3. Sub variabel lokasi konsumen lebih memilih pasar tradisional bambu kuning, hal ini diketahui dari mean pasar tradisional Bambu Kuning yang lebih besar dari pasar modern Mall Kartini yaitu sebesar $13.28 > 13.20$.
4. Sub variabel promosi konsumen lebih memilih pasar modern mall kartini, hal ini diketahui dari mean Mall Kartini yang lebih besar dari pasar tradisional Bambu Kuning yaitu sebesar $7.97 > 6.92$.

5. Sub variabel kenyamanan berbelanja konsumen lebih memilih pasar modern mall kartini, hal ini diketahui dari mean Mall Kartini yang lebih besar dari pasar tradisional Bambu Kuning yaitu sebesar $13.20 > 11.30$.
6. Sub variabel pelayanan konsumen lebih memilih pasar tradisional bambu kuning, hal ini diketahui dari mean pasar tradisional Bambu Kuning yang lebih besar dari pasar modern Mall Kartini yaitu sebesar $11.82 > 11.46$.
7. Sub variabel proses konsumen lebih memilih pasar tradisional bambu kuning, hal ini diketahui dari mean pasar tradisional Bambu Kuning yang lebih besar dari pasar modern Mall Kartini yaitu sebesar $7.95 > 6.90$.

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan sikap antara konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning. Hal ini ditunjukkan berdasarkan dari ke tujuh sub variabel yang diuji dalam penelitian ini terdapat perbedaan nilai signifikan.

1. Sub variabel produk tidak ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, karena nilai P yang tidak signifikan yaitu sebesar $0,550 (P > 0,05)$.
2. Sub variabel harga ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, dengan nilai signifikan $0,000 (P < 0,05)$.
3. Sub variabel lokasi tidak ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, karena nilai P yang tidak signifikan yaitu sebesar $0,7444 (P > 0,05)$.

4. Sub variabel promosi ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$).
5. Sub variabel kenyamanan berbelanja ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$).
6. Sub variabel pelayanan tidak ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, karena nilai P yang tidak signifikan yaitu sebesar 0,223 ($P > 0,05$).
7. Sub variabel proses ada perbedaan signifikan antara sikap konsumen pasar modern Mall Kartini dengan sikap konsumen pasar tradisional Bambu Kuning, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($P < 0,05$).

B. Saran

Sehubungan dengan diadakannya penelitian mengenai Analisis Sikap Konsumen Ditinjau dari Bauran Pemasaran antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi pada Pasar Tradisional Bambu Kuning dan Mall Kartini Bandar Lampung), maka dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini masyarakat cenderung bersikap memilih promosi pada pasar modern Mall Kartini dibandingkan pasar tradisional Bambu Kuning, oleh sebab itu hendaknya pemerintah harus memberikan perhatian lebih pada pasar tradisional dengan cara meningkatkan fasilitas dan kualitas kebersihannya sehingga konsumen dapat lebih merasa nyaman pada saat

berbelanja, secara tidak langsung hal ini merupakan sebuah promosi dan dapat menarik minat konsumen lebih banyak lagi.

2. Dalam penelitian ini masyarakat cenderung bersikap memilih harga pada pasar tradisional Bambu Kuning karena menerapkan harga yang lebih murah, oleh sebab itu hendaknya pasar modern Mall Kartini harus lebih sering lagi menerapkan potongan harga dalam penjualan produknya, hal ini bertujuan untuk memberi kesan kepada konsumen bahwa harga yang diberikan tidak terlalu tinggi karena mayoritas konsumen Bandar Lampung sensitif terhadap harga.