

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya maka didapatkan kesimpulan bahwa *People* (X1) yang terdiri dari *employee* dan *communicating*, *Process* (X2) yang terdiri dari *flow of activities*, dan *Physical evidence* yang terdiri dari *facility design*, *signage*, dan *equipment*. terhadap proses keputusan pembelian konsumen Pasar Sederhana dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Aspek *employee* yang merupakan bagian dari *People* (variabel X1).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap *employee* di Pasar Sederhana, diketahui bahwa karamahan pedagang mendapat skor paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengerti bahwa pembeli harus dilayani dengan ramah dan baik agar niat awal untuk berbelanja tidak berubah..

Sedangkan respon pedagang terhadap keluhan dan rasa tidak puas yang pernah disampaikan konsumen mendapat skor terkecil. Hal tersebut disebabkan pedagang di Pasar Sederhana kurang memperhatikan keluhan atau rasa tidak puas yang disampaikan konsumennya. Pedagang tidak menyadari bahwa perhatian terhadap konsumen tidak terbatas ketika konsumen melakukan pembelian saja, melainkan juga ketika konsumen menyampaikan rasa tidak puas atau keluhan tertentu yang berkaitan dengan kegiatan belanjanya.

2. Aspek *communicating* yang merupakan bagian dari *People* (variabel X1).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap aspek *communicating* di Pasar Sederhana, diketahui bahwa kesopanan pedagang di Pasar Sederhana mendapat skor tertinggi. Kesopanan pedagang merupakan faktor yang penting dalam menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen. Konsumen lebih tertarik berbicara dengan pedagang yang sopan dan santun dalam berbicara.

Sedangkan kejujuran pedagang di Pasar Sederhana mendapat skor terkecil.

Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak pedagang yang tidak jujur pada saat berbicara dan berinteraksi dengan konsumen. Contohnya, banyak pedagang yang berkata tidak jujur kepada pembeli dengan cara melebih-lebihkan keunggulan produk yang dijualnya, padahal konsumen dapat menilai dan mengetahui bahwa pedagang tersebut tidak jujur. Banyak juga pedagang yang mengatakan timbangan sudah pas, padahal berat barang belum mencapai berat yang seharusnya sehingga ketidakjujuran pedagang membuat konsumen kesal dan merasa dirugikan.

3. Rangkaian kegiatan yang merupakan bagian dari *process* (variabel X2).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap rangkaian kegiatan di Pasar Sederhana, diketahui harga barang di Pasar Sederhana mendapat skor tertinggi. Salah satu daya tarik dari usaha eceran adalah penetapan harga bersaing karena konsumen lebih tertarik dan merasa lebih untung apabila berbelanja di tempat belanja yang harganya lebih murah.

Sedangkan keamanan konsumen selama berbelanja mendapat skor terkecil.

Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen masih merasa tidak aman selama

berbelanja dan harus selalu waspada karena masih terdapat pencopet di dalam pasar dan keadaan konsumen yang berdesak-desakan di jalan yang sempit membuat pelaku kriminal lebih mudah melakukan aksi kejahatannya.

4. Desain fasilitas yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap desain fasilitas di Pasar Sederhana, diketahui kestrategisan lokasi Pasar Sederhana mendapat skor tertinggi. Pasar Sederhana telah memiliki modal yang kuat dalam membuka usaha, yaitu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Sedangkan kebersihan fasilitas di Pasar Sederhana secara umum mendapat skor terkecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa keadaan fasilitas di Pasar Sederhana secara umum masih terbilang kotor karena kurangnya kesadaran pedagang di Pasar Sederhana mengenai pentingnya menjaga kebersihan berbagai fasilitas yang ada di pasar tersebut.

5. *Signage* yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap pola pengaturan (*signage*) di Pasar Sederhana, diketahui bahwa pengaturan tata letak toko, kios, dan meja yang digunakan pedagang mendapat skor terbesar. Peritel yang unggul akan memperhatikan pengaturan *lay out* yang nyaman dan terlihat rapih oleh konsumen.

Sedangkan jarak antar toko, kios, dan meja yang digunakan pedagang mendapat skor terkecil. Hal tersebut karena letak toko, kios, dan meja yang digunakan pedagang sangat berhimpitan dan membuat pedagang tidak leluasa untuk memilih barang belanjaan yang hendak dibelinya.

6. Peralatan yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap peralatan diketahui bahwa penggunaan alat hitung di Pasar Sederhana mendapat skor terbesar. Hal tersebut karena alat hitung yang digunakan pedagang di Pasar Sederhana sudah dinilai modern karena sudah banyak pedagang yang menggunakan kalkuklator untuk menghitung nilai belanjaan konsumen. Namun, masih terdapat pedagang yang menghitung dengan cara manual dan hal tersebut sering berisiko kesalahan dalam perhitungan.

Sedangkan ketersediaan alat bantu untuk membawa barang belanjaan konsumen mendapat skor terkecil. Hal tersebut disebabkan tidak tersedianya alat bantu untuk membawa barang belanjaan konsumen di Pasar Sederhana, sehingga konsumen merasa kesulitan pada saat belanja dengan membawa barang belanjaan yang banyak apalagi dengan berjalan berdesak-desakan di jalan yang sempit. Keadaan tersebut bertolak belakang dengan keadaan di ritel modern yang menyediakan alat bantu berupa trolley untuk membawa barang belanjaan konsumen sehingga konsumen leluasa dan nyaman selama berbelanja.

7. Proses keputusan pembelian konsumen yang merupakan variable X3.

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap proses keputusan pembelian konsumen, diketahui bahwa tahap pengenalan masalah dimana konsumen mulai menyadari kebutuhannya mendapat skor terbesar. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen cepat dalam menyadari kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Sedangkan tahap pengenalan masalah dimana konsumen memenuhi kebutuhannya mendapat skor terkecil. Hal tersebut karena konsumen sering menunda kebutuhan hidupnya sehari-hari. Ada berbagai faktor yang menyebabkan, antara lain faktor kebiasaan dan faktor keterbatasan biaya hidup sehingga konsumen tidak dapat memenuhi segala kebutuhannya secepatnya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diharapkan penelitian ini dapat membantu Pasar Sederhana yang terletak di Kota Bandung dalam meningkatkan *people* yang terdiri dari *employee*, *customers*, dan *communicating*, *process* yang terdiri dari *flow of activities*, dan *physical evidence* yang terdiri dari *facility design*, *signage*, dan *equipment*. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis mengajukan rekomendasi sebagai berikut:

1. Aspek *employee* yang merupakan bagian dari *people* (variabel X1).

Sebaiknya pedagang memberikan respon yang baik dan menanggapi setiap keluhan, kekecewaan, dan rasa tidak puas yang disampaikan konsumen karena apabila hal tersebut ditanggapi dengan baik dapat menjadi bahan acuan untuk memperbaiki hal-hal yang dinilai konsumen kurang baik dan tidak memuaskan, sehingga pedagang bisa mengetahui pelayanan yang diharapkan konsumen karena pedagang di Pasar Sederhana tidak hanya bersaing dengan sesama pedagang ditempat tersebut melainkan juga bersaing dengan pedagang di ritel modern yang menawarkan layanan prima bagi konsumen.

2. Aspek *communicating* yang merupakan bagian dari *people* (variabel X1).

Pedagang harus selalu berusaha jujur dalam berbicara dengan konsumen, baik pada saat menawarkan produk yang dijualnya maupun pada saat menanggapi kebutuhan konsumen. Perkataan yang selalu melebih-lebihkan akan berisiko buruk apabila tidak dapat dibuktikan, sehingga jauh lebih baik apabila mengatakan keadaan yang sebenarnya.

3. Rangkaian kegiatan yang merupakan bagian dari *Process* (variabel X2).

Pihak pengelola Pasar Sederhana harus memperhatikan keamanan konsumen yang sedang berbelanja, misalnya dengan meningkatkan kinerja dari penjaga keamanan di Pasar Sederhana karena hal tersebut menjadi bagian dari tanggung jawab pihak pengelola Pasar Sederhana. Selain itu, Pasar Sederhana mengadakan pungutan retribusi keamanan, sehingga memiliki kewajiban untuk menciptakan keamanan di lingkungan Pasar Sederhana.

4. Desain fasilitas yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Kebersihan fasilitas di Pasar Sederhana menjadi tanggung jawab pihak pengelola Pasar Sederhana dan tentunya dengan bantuan kerjasama dari para pedagang yang berdagang dan mencari nafkah di tempat tersebut. Fasilitas yang bersih akan membuat konsumen merasa nyaman selama berbelanja dan kebersihan tersebut menjadi tanggung jawab pihak pengelola pasar dan para pedagang yang memakia tempat tersebut sebagai tempat mencari nafkah setiap hari.

5. *Signage* yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Pengaturan jarak tempat berdagang, yaitu toko, kios, dan meja perlu di tata kembali karena letaknya yang sangat berhimpitan membuat konsumen merasa kesulitan dalam memilih barang belanjaan yang hendak dibelinya. Konsumen sekarang ini lebih menyukai sistem pelayanan (*self service*) dimana konsumen bebas memilih dan mengambil sendiri barang yang hendak dibelinya.

6. Peralatan yang merupakan bagian dari *physical evidence* (variabel X3).

Sebaiknya pedagang memperhatikan kebutuhan konsumen terhadap ketersediaan alat bantu karena keadaan jalan di dalam pasar yang sempit membuat konsumen kesulitan untuk membawabarang belanjaannya terutama jika berjumlah banyak, sehingga banyak konsumen yang memilih berbelanja di sekitar pinggiran pasar agar tidak repot membawa keluar barang belanjaannya

7. Proses keputusan pembelian konsumen yang merupakan variabel X3.

Konsumen sudah memiliki pengenalan kebutuhan yang cepat, namun lambat dalam pemenuhannya karena tingkat penghasilan yang tidak mendukung. Para pedagang di Pasar Sederhana harus memperhatikan hal tersebut karena berkaitan dengan pemberian harga barang. Para pedagang sebaiknya tidak menetapkan harga yang terhitung mahal dibandingkan harga di pasar lainnya. Pasar Sederhana juga harus meningkatkan aspek yang berkaitan dengan ketiga variabel X yang telah diteliti karena memiliki tingkat korelasi yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Konsumen memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pencarian informasi dan evaluasi alternatif pemilihan tempat

berbelanja yang sesuai dengan harapan dan kebutuhannya, sehingga hal tersebut semakin menuntut pedagang untuk menyesuaikan pelayanannya dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan memiliki minat yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang.

