

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Industri ritel di Indonesia mengalami kemunduran yang cukup masif saat virus COVID-19 muncul sebagai pandemi. Selama masa pandemi, gerakan masyarakat sangat dibatasi sehingga kegiatan perekonomian juga menjadi terhambat. Bahkan, hingga tahun 2023 kinerja ritel belum bisa dibidang “pulih”. AEON Sentul City, ritel garapan AEON Indonesia yang berada di daerah Bogor juga mengalami penurunan jumlah pengunjung dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 2 hingga 10 persen. Maka dari itu, dilakukan penelitian untuk mengetahui aspek – aspek kualitas layanan ritel apa saja yang mempengaruhi frekuensi berbelanja seorang pelanggan dalam sebuah ritel. Aspek-aspek terkait kualitas layanan ritel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *atmospherics*, *policy*, dan juga *reliability* dari sebuah ritel dan hubungannya terhadap *shopping frequency* atau frekuensi berbelanja pelanggan. Peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan *software* IBM SPSS Versi 29 terhadap 112 responden yang telah lulus kriteria untuk menguji pengaruh variabel *Atmospherics of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* terhadap variabel *Shopping Frequency*. Setelah dilakukan pengujian, maka kesimpulan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Ketika melakukan uji hipotesis terhadap variabel *Atmospherics of a store*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Atmospherics of a store* memiliki pengaruh positif terhadap *Shopping Frequency*. Apabila seorang pelanggan sudah puas dengan atmosfer sebuah ritel tempat ia berbelanja, maka besar kemungkinan bahwa mereka akan menjadi pelanggan tetap yang akan terus berbelanja di ritel tersebut. Atmosfer sebuah ritel sangatlah penting dalam mencapai *retail shoppability* (mengubah pembeli menjadi pelanggan tetap). Aspek fisik (*physical aspect*) dari sebuah ritel berperan penting pada keputusan pelanggan untuk berbelanja kembali dalam sebuah ritel. Apabila sebuah ritel memiliki aspek fisik yang baik seperti kebersihan yang terjaga, pencahayaan yang cukup

terang, dan penunjuk arah yang tersebar dan banyak maka pengunjung ritel akan merasa nyaman dalam berbelanja dan mungkin akan melakukan kunjungan kembali untuk berbelanja di masa depan.

2. Ketika melakukan uji hipotesis terhadap variabel *Policy of a store*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Policy of a store* tidak berpengaruh terhadap *Shopping Frequency*. Interaksi antar pegawai toko dengan pelanggan tidak memiliki dampak bagi penilaian konsumen terhadap kualitas layanan (*Service Quality*) yang ditawarkan sebuah ritel. Pelanggan yang berbelanja di supermarket juga cenderung kurang nyaman apabila terdapat peningkatan interaksi dengan pegawai toko. Pelanggan yang berbelanja di supermarket biasanya lebih cenderung melakukan segala aktivitas belanjanya secara mandiri (*self-service*) seperti mengambil produk yang diinginkan sendiri dan membawa produk tersebut menggunakan troli/tas barang menuju kasir untuk melakukan transaksi secara mandiri.
3. Ketika melakukan uji hipotesis terhadap variabel *Reliability of a store*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Reliability of a store* memiliki pengaruh positif terhadap *Shopping Frequency*. *Shopping frequency* seorang pelanggan berkorelasi dengan kapabilitas dan reliabilitas sebuah ritel, apabila sebuah ritel dapat memenuhi ekspektasi baik produk yang dijual hingga transaksi yang jarang mengalami error maka ritel tersebut dapat dijamin reliabilitasnya. Pelanggan yang sering berbelanja di supermarket biasanya memilih ritel yang mampu menawarkan reliabilitas yang dapat diandalkan. Reliabilitas dari sebuah layanan ritel adalah pemenuhan ekspektasi pelanggan terhadap hal – hal yang menunjang kenyamanan pelanggan dalam berbelanja seperti menjual produk yang berkualitas, proses transaksi yang cepat tanpa ada hambatan, dan juga personel toko yang ramah dan siap membantu apabila terjadi kendala. Ritel yang mampu menawarkan reliabilitas yang baik akan mengundang konsumennya untuk berbelanja kembali di masa depan. Untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung, AEON Sentul City harus dapat meyakinkan para pelanggan yang berkunjung bahwa AEON Sentul City merupakan salah

satu ritel yang dapat diandalkan (*reliable*) dalam menyediakan produk berkualitas tinggi dan juga pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

4. Ketika melakukan uji hipotesis terhadap variabel *Atmospherics of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Atmospherics of a store*, *Policy of a store*, dan *Reliability of a store* secara keseluruhan memiliki pengaruh positif terhadap *Shopping Frequency*. *Atmospherics*, *policy*, dan *reliability* dari sebuah ritel berdampak besar terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh sebuah ritel yang membuka kemungkinan untuk meningkatkan jumlah kunjungan konsumen setiap periode. Apabila aspek – aspek seperti kebijakan, reliabilitas, dan aspek fisik sebuah ritel sudah disajikan dengan baik, maka frekuensi berbelanja dalam ritel tersebut akan mulai meningkat.

5.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi masukan atau saran bagi AEON Store Sentul City dan berbagai ritel lainnya dalam menerapkan *Retail Service Quality Scale* (RSQS) sehingga pelanggan dapat terpenuhi ekspektasinya dan meningkatkan jumlah pelanggan setia. Peneliti juga memiliki beberapa saran untuk penelitian di masa yang akan datang sehingga peneliti mendatang bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

5.2.1 Saran bagi Perusahaan

1. AEON Store Sentul City dapat terus mempertahankan penerapan *Retail Service Quality* yang menurut penelliti sudah diterapkan dengan sangat baik mulai dari lokasi fisik ritel, kebersihan ritel, *staff* yang membantu, hingga tingkat keamanan yang terjamin sehingga ekspektasi pelanggan dapat terus dicapai dan jumlah pelanggan setia juga akan semakin meningkat.
2. AEON Store Sentul City juga dapat terus menjaga kualitas produk yang dijual baik itu produk kemasan, produk segar, maupun produk makanan dengan merk AEON di tingkat kualitas yang sangat baik sehingga

pelanggan selalu merasa bahwa jumlah uang yang mereka keluarkan untuk membeli produk tersebut sudah tepat.

5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Penelitian di masa depan dapat mengaplikasikan model penelitian ini kepada ritel lainnya untuk mengetahui apakah ritel diluar AEON Store Sentul City sudah menerapkan aspek *atmospherics of a store*, *policy of a store*, dan *reliability of a store* dengan baik.
2. Peneliti di masa depan juga dapat mengumpulkan jumlah responden yang lebih banyak agar penelitian di masa mendatang bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.
3. Peneliti juga dapat mengumpulkan responden dengan karakteristik yang lebih baik seperti mendapatkan mayoritas responden yang memang sudah menjadi pelanggan setia AEON Store Sentul City (tingkat frekuensi belanja tinggi dalam sebulan) agar hasil penelitian lebih akurat.

