

melaksanakan sistem operasional yang lebih efisien dapat menjadi faktor utama dalam kenyamanan belanja pelanggan.

#### **4.5.3.6 Hasil Uji Pengaruh *Retail Operation Competence* terhadap *Customer Experience***

Hasil uji pengaruh *Retail Operation Competence* terhadap *Retail Efficiency* adalah terdapat hubungan positif antara *Retail Operation Competence* dengan *Retail Efficiency* dibuktikan dengan nilai *T-Statistic*  $8.711 \geq 1.96$  dan *P-Value*  $0.000 \leq 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa kompetensi operasional ritel yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional toko. Menurut jurnal utama oleh (C V & Agrawal, 2024), yang menyatakan bahwa toko ritel yang mempunyai kemampuan dalam mengikuti kemauan pelanggan dapat meningkatkan nilai tambah yang diberikan dimana hal ini dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan hasil meningkatnya efisiensi toko. Hal ini dikuatkan oleh (Yadav, 2017) yang menyatakan bahwa kompetensi operasional ritel dapat menghasilkan gabungan kekuatan dari para pekerja menjadi tim yang bekerja lebih efisien untuk menciptakan kualitas layanan yang terbaik. Kemudian jurnal tersebut juga menyatakan bahwa 77% karyawan dengan skill kompetensi yang baik dapat meningkatkan performa dan menjadi lebih efisien.

### **4.6 Implikasi Manajerial**

#### **4.6.1 *Retail Operation Competence* terhadap *Customer Experience***

Berdasarkan hasil data pengujian analisis data deskriptif yang tercantum pada table 4.2. Hasil *mean* pada *variable Retail Operation Competence* memiliki nilai 2.24 yang merupakan kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor dari suasana toko, penempatan produk, infrastruktur teknologi informasi, desain tata letak toko dan pengelompokan item di toko dapat mempengaruhi pengalaman belanja pelanggan. Maka dari itu hasil data menunjukkan bahwa *variable Retail*

*Operation Competence* berpengaruh positif terhadap *Customer Experience*.

Indikator pada *Retail Operation Competence* yang mempunyai nilai tertinggi 1.87 dengan pertanyaan “Pengelompokan item-item unggulan di toko Anda dapat meningkatkan variasi produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan” yang terdapat pada indikator RC5 menjadi faktor yang sangat penting yaitu pengelompokan barang unggulan di toko dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan pada indikator RC1 memiliki nilai terendah yaitu 2.73 yang termasuk kategori cukup dengan pertanyaan “Suasana toko dan interaksi layanan yang diciptakan di tempat kerja Anda berhasil meningkatkan antusiasme pelanggan” hal ini menunjukkan bahwa suasana di toko dan interaksi layanannya belum dapat meningkatkan antusiasme pelanggan. Melalui hasil data ini bisa dilihat bahwa dalam kompetensi operasional ritel pengelompokan produk unggulan di toko harus terus dipertahankan agar pelanggan tidak kesulitan dalam memilih barang yang diinginkan. Kemudian toko ritel harus meningkatkan suasana toko lebih hidup dan interaksi layanan agar pelanggan dapat lebih antusias dalam belanja.

#### **4.6.2 *Retail Efficiency* terhadap *Customer Experience***

Berdasarkan hasil data pengujian analisis data deskriptif yang tercantum pada table 4.2.1 Hasil *mean* pada *variable Retail Efficiency* mempunyai nilai 2.29 yang masuk ke kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor dari perputaran persediaan barang, panjangnya antrian, penggunaan rak di toko, pedoman keselamatan dan standarisasi operasional dapat mempengaruhi pengalaman belanja pelanggan. Maka dari itu hasil data dari *variable* efisiensi ritel memberikan pengaruh kepada pengalaman belanja pelanggan.

Indikator *Retail Efficiency* mempunyai nilai tertinggi yaitu 1.92 dengan pertanyaan “Proses operasional di tempat Anda bekerja sudah memiliki standar dan terus ditingkatkan untuk memberikan layanan

terbaik bagi pelanggan” terletak pada indikator RC5. Faktor ini menjadi sangat penting karena proses operasional di toko ritel sudah memiliki standar dan akan terus ditingkatkan untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan. Kemudian pada indikator RE1 dengan pertanyaan “Fokus manajemen operasi ritel di toko Anda berkontribusi pada peningkatan perputaran persediaan barang dan membuat prosesnya lebih mulus” memiliki nilai terendah yaitu 2.73 hal ini menunjukkan bahwa fokus manajemen ritel di toko belum berkontribusi banyak pada perputaran persediaan barang. Melalui hasil data ini dapat dilihat bahwa dalam efisiensi ritel standarisasi operasional menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pengalaman belanja pelanggan. Bagi toko ritel yang sudah memiliki standar operasional harus terus ditingkatkan dan dipertahankan. Kemudian toko ritel harus memperhatikan manajemen operasionalnya yang berfokus pada *stock management* untuk meningkatkan perputaran barang menjadi lebih mulus karena efisiensi menjadi faktor dari meningkatnya pengalaman belanja pelanggan.

#### **4.6.3 *Customer Convenience terhadap Customer Experience***

Berdasarkan hasil data pengujian analisis data deskriptif yang tercantum pada table 4.2 Hasil *mean* pada *variable Customer Convenience* mempunyai nilai 2.33 yang termasuk ke kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor dari kemudahan menjelajah toko, penawaran tersedia, standarisasi barang, teknologi informasi dan *staff* yang memandu dapat mempengaruhi pengalaman belanja pelanggan. Maka dari itu hasil data *variable* kenyamanan pelanggan memberikan pengaruh kepada pengalaman belanja pelanggan.

Indikator *Customer Convenience* mempunyai nilai tertinggi yaitu 1.92 dengan pertanyaan “Pelanggan difasilitasi dengan *staff* yang memandu, *display* yang menarik, dan *customer service* yang baik dalam proses belanja mereka” terdapat pada indikator CC5. Faktor ini menjadi sangat penting karena *staff* yang memandu dan *display* yang menarik

dapat membantu pelanggan dalam proses belanjanya agar tidak kesulitan. Kemudian pada indikator CC1 dengan pertanyaan “Pelanggan merasa mudah untuk menjelajah toko dan mengakses penawaran produk yang diinginkan” memiliki nilai terendah yaitu 2.81 hal ini menunjukkan bahwa proses jelajah di toko masih belum sempurna dalam mencari produk yang diinginkan. Melalui hasil data ini dapat dilihat bahwa kenyamanan pelanggan *staff* dan *display* yang menarik menjadi salah satu faktor terpenting guna membantu proses belanjanya pelanggan. Toko ritel harus mempertahankan hal ini agar pelanggan mendapatkan interaksi yang baik antar pelanggan dan pegawai. Kemudian toko ritel harus meningkatkan desain tata letak toko agar pelanggan lebih mudah dalam menjelajah toko untuk mempermudah mereka mengakses produk yang diinginkan.

#### 4.6.4 *Retail Operation Competence, Retail Efficiency, Customer Convenience terhadap Customer Experience*

Setelah mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam *Retail Operation Competence, Retail Efficiency* dan *Customer Convenience* perlu diketahui apa indikator yang dapat meningkatkan *Customer Experience*. Berdasarkan hasil data pengujian analisis data deskriptif yang tercantum pada table 4.2. Hasil *mean* pada *variable Customer Experience* 2.50 yang termasuk kategori tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor kemudahan mencari barang, preferensi produk, kepuasan belanja, ketertarikan pelanggan berkunjung dan jarak tempuh belanja mempengaruhi pengalaman belanja pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah kepuasan pelanggan dengan jarak tempuh belanja mereka dengan nilai 2.08. Hal ini menunjukkan bahwa dengan jarak tempuh belanja yang tepat pelanggan merasa terdorong untuk membeli dalam jumlah yang diinginkan mereka. Kemudian indikator dengan nilai terendah adalah pelanggan belum merasa dimudahkan dalam mencari, memilih dan membeli barang di toko ritel dengan nilai 2.91. Hal ini menunjukkan

bahwa toko ritel harus mempermudah pelanggan dalam mencari, memilih dan membeli barang di toko ritel. Hal ini dapat ditingkatkan dengan memberikan panduan atau arahan di setiap rak barang dengan kategori barang tersebut sehingga mereka dimudahkan dalam menuju barang yang mereka butuhkan. Kemudian toko ritel harus terus meningkatkan alur berbelanja di toko ritel agar pelanggan memiliki jarak tempuh belanja yang efektif.

Dari semua indikator pada pengaruh peningkatan pengalaman belanja pelanggan tidak luput dari unsur-unsur kompetensi operasional ritel, efisiensi ritel dan kenyamanan pelanggan. Karena ketiga faktor ini merupakan komponen dari fondasi pengalaman belanja pelanggan. Jika ada toko ritel yang belum menerapkan salah satu saja dari ketiga variabel tersebut maka pengalaman belanja pelanggan akan sulit untuk ditingkatkan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah menganalisis penelitian menggunakan metode SEM-PLS, terlihat bahwa penerapan kompetensi operasional ritel, ritel efisiensi, kenyamanan pelanggan terhadap pengalaman belanja pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Retail Operation Competence* berpengaruh terhadap *Customer Experience*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *T-Statistic* sebesar 2.441, yang berarti hasil perhitungan tersebut lebih tinggi dari nilai standar *T-Statistic*. Selain itu nilai *P-Value* yang diperoleh adalah 0.015, berarti hasil perhitungan tersebut lebih kecil dari nilai standar *P-Value*. Sehingga pada konteks pengaruh penerapan *Retail Operation Competence* di toko ritel itu berpengaruh terhadap *Customer Experience*. Hal ini terjadi karena penerapan operasional ritel yang baik pasti akan menunjang pengalaman pelanggan yang diberikan kepada para pelanggan.
2. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Retail Efficiency* berpengaruh terhadap *Customer Experience*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *T-Statistic* sebesar 2.250, yang berarti hasil perhitungan tersebut lebih tinggi dari nilai standar *T-Statistic*. Selain itu nilai *P-Value* yang diperoleh adalah 0.025, berarti hasil perhitungan tersebut lebih kecil dari nilai standar *P-Value*. Sehingga pada konteks pengaruh penerapan *Retail Efficiency* di toko ritel itu berpengaruh terhadap *Customer Experience*. Hal ini terjadi karena penerapan ritel yang lebih efisien pasti memudahkan pelanggan dalam proses belanjanya