

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan anggota di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan bauran ritel pada unit waserda KKP-ITB dengan kategori baik yaitu sub variabel lokasi, kategori cukup baik yaitu sub variabel service ritel dan kategori kurang baik yaitu sub variabel harga, produk, promosi dan atmosfer gerai. Secara keseluruhan, Bauran Ritel dinilai cukup baik oleh anggota di unit waserda. Hal ini menunjukkan adanya upaya yang positif dan efektif dalam mengelola aspek-aspek bauran ritel. Kepuasan anggota koperasi adalah indikator penting bahwa strategi yang diterapkan telah memberikan hasil yang diharapkan.
- 2) Tingkat kepuasan anggota di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB menurut anggota dinilai kadang-kadang karena menurut skor yang didapat kepuasan anggota hanya 2.126 dimana skor tersebut menunjukkan terkadang anggota merasa puas dengan bauran ritel yang dikelola oleh unit waserda dan terkadang juga anggota merasa belum puas dengan bauran ritel yang diberikan unit waserda. Oleh karena itu, penting untuk lebih sering melakukan penilaian kepuasan anggota guna memahami kebutuhan dan harapan anggota secara lebih baik.

- 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi (X1), Produk (X2), Promosi (X4), Atmosfer Gerai (X5) dan Service Ritel (X6) terhadap kepuasan anggota dan terdapat pengaruh negatif yang signifikan pada variabel harga (X3) terhadap kepuasan anggota pada Unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB dengan melakukan uji t (parsial) dan uji F (simultan) terhadap masing-masing variabel dengan hasil uji sebagai berikut:
- a) Variabel Lokasi (X1) sebesar 3.146 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini membuktikan bahwa jika lokasi berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh anggota maka akan meningkatkan kepuasan anggota.
 - b) Variabel Produk (X2) sebesar 7.485 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini membuktikan bahwa semakin bertambah variasi produk maka kepuasan anggota akan meningkat.
 - c) Variabel Harga (X3) sebesar -5.719 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat harga maka kepuasan anggota semakin menurun.
 - d) Variabel Promosi (X4) sebesar 6.018 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini membuktikan bahwa semakin di tingkatkannya promosi di KKP-ITB maka akan meningkatkan kepuasan anggota.
 - e) Variabel Atmosfer Gerai (X5) sebesar 3.419 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hal ini membuktikan bahwa semakin nyaman interior dan *layout* di KKP-ITB maka akan meningkatkan kepuasan anggota.

- f) Variabel Service Ritel (X6) sebesar 2.345 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik Service Ritel yang diberikan maka kepuasan anggota akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) dapat disimpulkan bahwa Fhitung sebesar 27,391 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel X1,X2,X3,X4,X5,X6 secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Hal ini menunjukkan semakin baik bauran ritel, maka akan semakin baik pula tingkat kepuasan anggota di Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Nilai Adjusted R² sebesar 0,630. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh bauran ritel (X) terhadap Kepuasan Anggota (Y) adalah sebesar 63% sedangkan sisanya 37%, dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.

- 4) Upaya-upaya yang harus dilakukan dalam pelaksanaan bauran ritel pada unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB adalah dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada anggota agar harapan anggota bisa tersalurkan oleh Koperasi Keluarga Pegawai ITB. Adapun hasil informasi yang di dapatkan anggota menginginkan untuk memberikan harga lebih murah untuk anggota, promosi yang disebarakan melalui media sosial, dan adanya label harga sehingga anggota tidak kebingungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap bauran ritel pada Unit Waserda KKP-ITB. Melakukan observasi dan kuesioner yang lebih mendalam dengan menambah jumlah responden dan indikator dan dapat juga menggunakan variabel kualitas pelayanan Kemudian melakukan deskripsi hasil penelitian berdasarkan pada studi kepustakaan yang relevan dan terbaru.

2. Saran Praktis

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mencoba menyimpulkan beberapa saran kepada pengelolaan Unit Waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB ataupun kepada Pengurus Koperasi Keluarga Pegawai ITB mengenai perbaikan yang bisa dilakukan kaitannya dalam perbaikan pelaksanaan bauran ritel untuk meningkatkan kepuasan anggota, adapun saran yang bisa menjadi pertimbangan adalah sebagai berikut.

1. Membedakan harga yang diberikan kepada anggota dan non anggota Dimana harga anggota bisa lebih murah yaitu berupa potongan harga dibandingkan dengan non anggota atau bisa juga membuat kartu member untuk anggota. Sehingga anggota dapat merasakan manfaat ekonomi langsung.
2. Dikarenakan anggota koperasi tidak hanya tersebar di lingkungan kampus ITB dan tidak memungkinkan untuk anggota polman dan polban berbelanja di unit waserda Koperasi Keluarga Pegawai ITB, maka dari itu harus disediakan aplikasi online dan jasa kirim barang tetapi ongkos kirim yang tidak terlalu

mahal dan sebisa mungkin gratis tetapi dengan adanya ketentuan minimal total pembelian.

3. Memperhatikan kebersihan dan kerapian di dalam toko, menambahkan pencahayaan dan musik latar yang menyenangkan,merapikan tata letak produk dan menambahkan area bersantai di dalam toko agar memberikan kenyamanan anggota saat berbelanja.
4. Memastikan bahwa karyawan mendapatkan pelatihan yang memadai tentang produk, layanan dan keterampilan komunikasi, memahami kebutuhan anggota dengan memperhatikan kualitas dan melengkapi variasi produk. Membuat pengalaman berbelanja yang menarik dengan menyelenggarakan acara promosi ataupun demo produk, menawarkan diskon khusus kepada anggota untuk mendorong anggota melakukan pembelian, gunakan media promosi seperti poster, brosur, email dan media sosial agar promosi dapat lebih mudah menjangkau anggota koperasi dalam berbagai cara.