

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Toko Kelontong Madura dan Retail Minimarket (Studi Kasus di Kecamatan Cadasari), maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen pada Retail Minimarket (Alfamart dan Indomaret) menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan Toko Kelontong Madura. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis deskriptif dan uji perbandingan (*Independent Sample t-Test*) yang menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepuasan pelanggan Toko Kelontong Madura dan Retail Minimarket di Kecamatan Cadasari. Perbedaan kepuasan tersebut terutama terlihat pada aspek-aspek seperti kenyamanan toko, kelengkapan produk, dan pelayanan yang lebih cepat pada retail minimarket. Sementara itu, toko kelontong Madura unggul pada kedekatan sosial dan fleksibilitas transaksi, namun belum mampu mengimbangi kenyamanan dan standar pelayanan minimarket modern.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi Pemilik Toko Kelontong Madura

Agar mampu bersaing dengan retail modern, pemilik toko kelontong perlu meningkatkan kualitas pelayanannya, terutama dalam hal daya tanggap terhadap konsumen, kerapian dan kebersihan toko, serta keramahan dalam melayani. Pemanfaatan teknologi sederhana seperti mesin kasir, sistem pencatatan stok, dan layanan digital pembayaran juga dapat meningkatkan efisiensi serta pengalaman berbelanja yang lebih baik.

2. Saran bagi Retail Minimarket

Retail modern seperti Alfamart dan Indomaret diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas layanan, terutama dalam aspek kenyamanan dan interaksi personal dengan konsumen. Inovasi berkelanjutan dan program loyalitas konsumen juga penting untuk menjaga tingkat kepuasan yang sudah tinggi.

3. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini masih terbatas pada wilayah Kecamatan Cadasari dengan fokus pada dua jenis toko. Oleh karena itu,

peneliti selanjutnya disarankan untuk:Memperluas wilayah penelitian ke daerah lain agar hasilnya lebih representatif.

- b. Menambahkan variabel lain seperti loyalitas konsumen, persepsi harga, dan kepercayaan konsumen untuk memperkaya analisis hubungan antarvariabel.
- c. Menggunakan metode penelitian campuran (mixed methods) agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademik maupun praktis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, serta menjadi dasar bagi peningkatan mutu pelayanan toko kelontong agar tetap kompetitif di tengah perkembangan ritel modern.