

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber kemudian diolah dan dianalisis oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Konsumen Mracang Market memiliki persepsi yang baik terhadap Mracang Market. Konsumen tertarik berbelanja di Mracang Market karena dirasa lebih praktis dibanding belanja di tempat lainnya. Jenis Produk yang paling sering dibeli oleh konsumen adalah sayuran dan lauk pauk dibanding buah dan bumbu dapur. Mayoritas konsumen berbelanja di Mracang Market untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarganya dengan intensitas pembelian satu hingga 3 kali dalam seminggu.
2. Konsumen Mracang Market memiliki harapan terhadap Mracang Market dalam hal Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan juga Kemudahan. Hal tersebut dirasa penting pada saat berbelanja online. Hal yang menjadi harapan konsumen adalah Mracang Market memiliki kualitas produk yang baik dan sesuai dengan iklan, pemesanan online mudah dilakukan dan juga harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan Penelitian milik Ana Fauziah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk kesesuaian antara spesifikasi dan barang yang diterima pelanggan, kualitas pelayanan kecepatan respon seller terhadap pelanggan, harga kompetitif, kecepatan pengiriman ke pihak kurir pada hari yang sama, Kendala/complain bertransaksi online

yaitu produk rusak/bermasalah, merupakan harapan konsumen yang dapat mempengaruhi kepuasan.

3. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa para responden merasa sangat puas terhadap kinerja produk sayur Mracang Market. Hal ini dapat dilihat dari nilai CSI sebesar 88%.

5.2 SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang disebutkan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk meningkatkan kinerja Mracang Market Surabaya agar dapat terus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap produk sayurnya. Saran-saran tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Produsen atau penjual perlu memperhatikan persepsi konsumen terhadap Mracang Market agar bisa menjadi bahan pertimbangan kedepannya.
2. Harapan konsumen dapat dijadikan acuan dalam pengembangan produk dan layanan Mracang Market kedepannya sehingga konsumen selalu merasa sesuai harapan saat berbelanja di Mracang Market.
3. Tingkat kepuasan konsumen bisa menjadi sesuatu yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi kedepannya.