

ANALISIS MOTIVASI BELANJA KONSUMEN DI TOKO RITEL ALFAMART IRIGASI KABUPATEN BANJAR

Sri Rahmawati

Email : srirahmawati082@gmail.com / No.HP : 089666227573

ABSTRAK

Alfamart merupakan jaringan mini market yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas ruang penjualan kurang lebih 200m. Melihat dari besarnya kesempatan bisnis dalam meraih pasar di bidang penjualan produk kebutuhan sehari-hari tersebut dan juga adanya persaingan yang ketat dengan waralaba sejenis, maka diperlukan strategi bersaing, khususnya di bidang pelayanan terhadap konsumen. Manajemen perusahaan di tuntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, serta diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga akan dapat tercipta loyalitas pelanggan yang mana merupakan salah satu tujuan dari perusahaan

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui motivasi konsumen memilih belanja di ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar, dan (2) Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong konsumen memilih belanja di ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar.

Berdasarkan dari hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan (1) Motivasi konsumen dalam memilih belanja di ritel Alfamart Irigasi didasari dari dua motif yakni kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman. Dalam penelitian tidak ditemukan munculnya motivasi konsumen atas dasar kebutuhan sosial, kebutuhan ego dan kebutuhan aktualisasi diri, dan (2) Faktor yang mendorong konsumen berbelanja di ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar antara lain harga produk yang dijual kompetitif, lokasi toko yang strategis, pelayanan karyawan ramah, suasana Alfamart nyaman dan bersih, ada kartu member (AKU) yang sering memberikan diskon atau bonus kepada konsumen, sering ada promo, tersedianya makanan dan minuman hangat serta display produk yang menarik.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Ritel Alfamart Irigasi

ABSTRACT

Alfamart is a mini market network that provides basic needs and daily needs with an area of sales of approximately 200m. Looking at the magnitude of business opportunities in reaching the market in the field of selling daily necessities and also the existence of intense competition with similar franchises, a competitive strategy is needed, especially in the area of service to consumers. Company management is demanded to be more careful in determining its competitive strategy, and is expected to maintain and increase customer satisfaction so that customer loyalty can be created which is one of the goals of the company.

The objectives of this study are (1) To find out the motivation of consumers to choose shopping at the Alfamart Irrigation Irrigation District of Banjar, and (2) To find out what factors encourage consumers to shop at the Alfamart Irrigation retail in Banjar Regency.

Based on the results of the study, conclusions are obtained (1) The motivation of consumers to choose shopping at Alfamart Irrigation retail is based on two motives, namely physiological needs and security needs. In the study not found the emergence of consumer motivation on the basis of social needs, ego needs and self-actualization needs, and (2) Factors that encourage consumers to shop at the Alfamart Irrigation Irrigation District of Banjar, among others, prices of products sold competitively, strategic store locations, friendly employee services , the atmosphere of Alfamart is comfortable and clean, there is a member card (AKU) that often gives

discounts or bonuses to consumers, often there are promos, the availability of food and warm drinks and attractive product displays.

Keywords: *Consumer Motivation, Retail Alfamart Irrigation*

PENDAHULUAN

Semakin menjamurnya bisnis waralaba modern di Indonesia sekarang ini, menunjukkan semakin banyak masyarakat lebih memilih berbelanja ditempat yang bersih, nyaman dan juga memberikan pelayanan yang baik. Alfamart yaitu sebuah mini market waralaba yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat. Melihat dari besarnya kesempatan bisnis dalam meraih pasar di bidang penjualan produk kebutuhan sehari-hari tersebut dan juga adanya persaingan yang ketat dengan waralaba sejenis, maka diperlukan strategi bersaing, khususnya di bidang pelayanan terhadap konsumen. Mengingat tempat atau lokasi strategis yang mungkin menjadi salah satu yang dapat menentukan bisnis tersebut, agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan tercapai dengan optimal.

Ritel Alfamart Irigasi beralamatkan di Jalan Malintang, Gambut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Merupakan salah satu dari sekian banyak ritel alfamart yang ada di Kalimantan Selatan Kabupaten Banjar.

Berdasarkan kondisi persaingan yang semakin ketat, diharapkan akan diikuti dengan kemampuan setiap ritel alfamart untuk meningkatkan omset penjualannya. Dengan demikian diperlukan adanya suatu penelitian untuk mengetahui Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong konsumen memilih belanja di ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar.

METODE

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007).

2) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

(1) *Library research* (studi kepustakaan)

Library research yaitu metode pengumpulan data membaca dari jurnal atau buku..

(2) *Field research* (riset lapangan)

Field research yaitu metode pengumpulan data secara langsung yaitu berupa:

- a. Observasi dalam mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
- b. Interview adalah wawancara langsung pada orang yang mempunyai peran dalam penelitian.
- c. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan melihat dokumen yang ada di Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar.

3) Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan cara menganalisis data dan keterangan yang diperoleh di lapangan secara langsung kemudian di analisis menggunakan dasar-dasar yang didapat dari riset kepustakaan. Kemudian hasilnya berupa suatu karangan dalam bentuk skripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Motivasi Konsumen Memilih Berbelanja di Ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis terhadap sepuluh konsumen yang menjadi informan untuk penelitian ini dapat diperoleh data mengenai motivasi apa saja yang mendasari konsumen dalam berbelanja di Alfamart Irigasi. Adapun motivasi konsumen dalam memilih berbelanja di Alfamart Irigasi meliputi :

(1) Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan hal-hal mendasar bagi setiap manusia. Pada penelitian ini kebutuhan fisiologis adalah konsumen membutuhkan tempat belanja yang menyediakan kebutuhan akan sandang dan pangannya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sepuluh konsumen memilih Alfamart Irigasi karena alasan fisiologis. Sepuluh konsumen tersebut memilih berbelanja di Alfamart Irigasi karena menyediakan seluruh produk kebutuhan sehari-hari.

(2) Kebutuhan Rasa Aman

Setiap manusia memerlukan rasa aman baik secara lahir maupun batin. Tidak dipungkiri bahwa dewasa ini marak sekali terjadi tindak kriminal dimanapun kita berada. Oleh karenanya manusia akan memenuhi kebutuhannya dengan mencari alternatif untuk mencapai tujuan dari yang terdekat. Lima konsumen memilih Alfamart Irigasi atas dasar kebutuhan akan rasa aman dengan alasan lokasi toko yang tidak jauh dari tempat tinggal mereka.

1. Ibu Wahida
2. Ibu Indah Wulandari
3. Ibu Supatmah
4. Bapak Khairul Anam
5. Ibu Amilia

Kebutuhan keamanan tidak cukup dari segi lahiriah saja. Keamanan batin juga merupakan suatu kebutuhan yang mendasari konsumen dalam memutuskan sesuatu. Dua dari sepuluh konsumen memilih Alfamart Irigasi dengan alasan produk yang sudah pasti jelas halal dan jauh dari tanggal kadaluarsa adalah

1. Ibu Hilmiatul Mufida
2. Ibu Maimunah
3. Ibu Maulidatul Musyarofah

(3) Kebutuhan Sosial

Kebutuhan sosial tumbuh atas dasar perlunya setiap individu untuk saling berhubungan, dan dapat diterima eksistensi keberadaan seorang individu di lingkungannya. Pada penelitian ini tidak ada dari sepuluh konsumen yang memilih Alfamart Irigasi sebagai tempat belanja agar dapat menjaga jalinan hubungan pertemanan yang dimilikinya.

(4) Kebutuhan Ego

Pada tingkat kebutuhan ego ini manusia memerlukan tingkat pencapaian yang lebih tinggi dari sebelumnya. Setiap manusia berusaha mengejar reputasi atau status yang lebih baik. Berdasarkan penelitian lapangan yang telah dilakukan tidak ada dari sepuluh konsumen yang memilih berbelanja di Alfamart Irigasi dengan alasan berbelanja pada Alfamart Irigasi akan menunjang perkembangan ekonomi Islam.

(5) Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan yang timbul pada diri seseorang karena ingin menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik. Sehingga individu tersebut mengekspresikan dirinya dengan aktivitas yang menunjukkan bahwa dirinya mampu. Pada penelitian lapangan yang telah dilakukan penulis menemukan tidak ada dari sepuluh konsumen yang memilih berbelanja di Alfamart Irigasi sebagai ajang aktualisasi diri atau menunjukkan eksistensi diri di lingkungannya.

Pada hasil penelitian diatas dengan menggunakan teori Maslow dapat disimpulkan klasifikasi motif pada konsumen Alfamart Irigasi sebagai berikut:

(1) Motif Fisiologik dan Psikogenik

Pada klasifikasi motif fisiologik ini sepuluh konsumen memiliki motif yang sama yaitu untuk memenuhi kebutuhan biologis masing-masing konsumen seperti lapar dan haus. Sedangkan konsumen yang teridentifikasi motif psikogenik hanya ada satu yakni Ibu Amilia, motif ini menitikberatkan pada prestasi, penerimaan sosial, dan status kekuasaan.

(2) Motif Disadari atau Motif Rasional

Motif rasional atau juga biasa yang disebut dengan motif disadari. Tindakan seseorang jadi rasional motif adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, layak. Seperti analisis motif sebelumnya sepuluh konsumen memilih berbelanja di Alfamart Irigasi karena adanya motif rasional, artinya konsumen dalam keadaan sadar dalam melakukan sebuah tindakan. Setiap perusahaan akan selalu memiliki strategi dalam menunjang usahanya, begitupun juga dengan Alfamart Irigasi. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa ada beberapa strategi marketing (*retailing mix*) yang dapat memicu timbulnya motivasi konsumen dalam berbelanja di Alfamart Irigasi.

Setelah melakukan penelitian lapangan, penulis telah mendapatkan data tentang motivasi konsumen yang berbelanja di Alfamart Irigasi. Penulis mengklasifikasi motivasi yang berkaitan dengan alasan keputusan konsumen dalam berbelanja sehingga dapat diketahui motivasi yang paling dominan terhadap Alfamart Irigasi adalah kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman. Pada data yang telah diperoleh penulis seluruh konsumen memberikan alasan kebutuhan fisiologis adalah motivasi mendasar bagi setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papannya. Seluruh konsumen menyatakan bahwa Alfamart Irigasi adalah tempat yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisiologis seperti makan dan minum. Motivasi konsumen Alfamart Irigasi yang paling dominan ke dua adalah kebutuhan akan rasa aman. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya kebutuhan rasa aman bukan hanya didapat dari segi lahiriah saja tetapi manusia juga perlu mendapatkan rasa aman dari segi batiniah. Lima konsumen berbelanja di Alfamart Irigasi karena lokasi toko yang dekat sehingga dapat dijangkau hanya dengan berjalan kaki dan membuat konsumen tidak perlu jauh mencari alternatif dalam memenuhi kebutuhannya. Sedangkan tiga konsumen lainnya berbelanja di Alfamart Irigasi agar terhindar dari rasa khawatir atas kualitas produk yang dibelinya. Pada klasifikasi motif yang telah dianalisis peneliti, konsumen memilih Alfamart Irigasi sebagai tempat belanja atas dasar motif fisiologik dan motif disadari (rasional).

2. Faktor Pendorong Konsumen Berbelanja di Ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar

Konsumen kebanyakan sering memilih berbelanja di minimarket, penyebabnya karena di minimarket pelayanannya lebih maksimal, suasana lebih nyaman dan produk yang dijual lebih lengkap. Sehingga hal inilah yang berdampak buruk pada perkembangan warung kelontong yang lebih dulu berjualan di lokasi tersebut tepatnya di wilayah Irigasi Kabupaten Banjar.

Adapun faktor yang mendorong konsumen lebih memilih berbelanja di Alfamart Irigasi menurut sumber (informan) yang diteliti, diantaranya:

(1) Harga produk yang dijual di Alfamart kompetitif.

Tak bisa dipungkiri sebagai orang yang memiliki kesibukan di banyak tempat sehingga sebagian konsumen cenderung menjadi orang yang simpel. Kalau berbelanja konsumen bakal melakukan hal-hal yang sederhana juga. Konsumen sering paling malas belanja dengan tawar-menawar. Apalagi jika barang yang dijual juga bukan barang yang harus ditawar. Di Alfamart semua barang sudah diberi banderol harga, semuanya sudah pasti harganya. Konsumen tinggal ambil dan bayar. Harga yang ada di Alfamart masih standar sesuai harga di pasaran.

(2) Belanja di Alfamart itu nyaman.

Kenyamanan bisa dirasakan mulai dari area parkir yang umumnya cukup lapang. Kemudian juga penataan (display) barang yang mudah dilihat dan dijangkau, bahkan oleh anak kecil sekalipun. Peletakan barang cukup adil, baik itu yang sedang masa promo maupun tidak. Bagi produk yang tengah melakukan promo, diletakkan di bagian yang mencolok dengan tulisan yang besar. Sementara barang lainnya ditempatkan di rak yang juga cukup mudah dicari.

- (3) Kebersihan Alfamart selalu terjaga.
Untuk soal yang satu ini konsumen sering tak mau kompromi, bagi sebagian konsumen kebersihan gerai adalah harga mati. Jika konsumen dapati sebuah gerai sudah tak bersih, maka nafsu belanja konsumen pun redup.
- (4) Pelayanan karyawan Alfamart ramah.
Salah satu alasan mengapa konsumen kembali dan kembali lagi belanja ke Alfamart adalah karena sentuhan layanan yang personal. Setiap kali membuka pintu gerai Alfamart konsumen selalu disapa, “selamat pagi/siang/malam”. Mungkin terdengar sepele, tapi bagi sebagian pelanggan itu “sesuatu banget”. Konsumen merasa “diorangkan”, tidak semata sebagai konsumen yang mesti dikuras habis uangnya. Konsumen merasa disapa oleh sahabat. Ketika pelanggan sudah dianggap sahabat maka pelanggan akan merasa di rumahnya sendiri dan “rela” membelanjakan uangnya.
- (5) Lokasi yang strategis.
Tak dapat dipungkiri pemilihan lokasi gerai menjadi kunci utama sebuah keberhasilan usaha, terutama usaha retail seperti Alfamart. Lokasi Alfamart selalu mudah dicapai. Terletak di sisi jalan yang ramai dilalui orang. Ini jelas memudahkan, sambil melintas konsumen bisa mampir sebentar untuk membeli keperluan rumah yang habis stoknya. Tidak perlu parkir terlalu jauh, kendaraan bisa langsung diparkir di depan gerai. Soal keamanan, gerai Alfamart semuanya aman. Kendaraan yang diparkir tak bermasalah, karena selalu ada peringatan kepada pelanggan untuk berhati-hati meninggalkan kendaraan saat berbelanja.
- (6) Ada kartu AKU.
Setiap pelanggan di Alfamart memiliki kartu Aku, kartu anggota pelanggan Alfamart. Dengan menggunakan Kartu Aku konsumen kerap dapat bonus berupa barang maupun diskon khusus. Ini tak ada di gerai “Mart” yang lain. Kartu AKU merupakan cara cerdas mengikat konsumen agar loyal pada Alfamart.
- (7) Sering ada promo yang mengejutkan.
Promo mungkin biasa bagi merchant-merchant besar, namun bagi merchant sejenis Alfamart memang baru beberapa tahun belakangan ini gencar dilakukan. Semisal beli pulsa dari operator tertentu kita mendapatkan bonus berupa minuman ringan, atau beli dua gratis satu item barang. Jenis-jenis promo semacam ini disenangi pelanggan, apalagi jika barang yang tengah promo adalah kebutuhan mendesak sehari-hari.
- (8) Alfamart menyediakan makanan/minuman hangat seperti kopi/teh/susu atau mie goreng/rebus dan burger sebagai penanganan bagi mereka yang membutuhkan makanan di malam/ dini hari. Menurut konsumen layanan ini penting, karena saat ini sudah banyak gerai Alfamart yang buka 24 jam. Artinya, ada perubahan kebiasaan warga, khususnya di kawasan Irigasi yang sejak banyak gerai atau layanan jasa 24 jam, warga jadi kerap keluar/beraktifitas di malam hari. Fakta ini mesti ditangkap dengan jeli dengan menyediakan kebutuhan bagi kalangan ini.
- (9) Alfamart menyediakan pula kursi bertenda bagi mereka yang makan-minum di gerai. Selain membuat betah pelanggan, layanan ini bisa mengikat pelanggan agar tak pindah ke lain minimarket. Sehingga motto “Belanja Puas Harga Pas” benar-benar nyata. Pelanggan mendapat layanan maksimal sehingga puas pada harga yang ditawarkan.

Berdasarkan pernyataan diatas, menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat sekarang lebih didominasi ke pasar modern (Alfamart) karena paradigma yang berkembang di masyarakat pasar modern (Alfamart) lebih memberikan kesan yang nyaman ketika berbelanja di Alfamart. Adanya produk-produk yang memberikan varian sehingga mereka tertarik berbelanja di Alfamart dari pada di pasar tradisional (warung kelontong). Serta Alfamart mampu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat tepatnya di Jalan Irigasi, Kabupaten Banjar. Tidak hanya mengenai lokasi atau tempatnya yang terbilang bagus, Alfamart merupakan tempat belanja yang mudah dijangkau, memiliki kelengkapan produk. Selain itu untuk berbelanja di Alfamart juga tidak membutuhkan waktu dan tenaga yang lebih besar untuk menemukan barang-barang yang dibutuhkan. Inilah yang membuat sebagian masyarakat Irigasi Kabupaten Banjar sedikit sudah mengalami perubahan nilai-nilai sosial berbelanja, masyarakat yang tadinya sering berbelanja di warung kelontong kini beralih ke

pasar modern dalam hal ini Alfamart, yang dipengaruhi oleh meningkatnya sebuah kebutuhan masyarakat dan semakin banyak masyarakat yang menginginkan sebuah sesuatu secara instan.

Disebutkan sendiri oleh pihak Alfamart bahwa kunci sukses dalam berbisnis minimarket yang perlu diperhatikan yaitu :

- (1) Lokasi yang strategis
- (2) Merek yang sudah dikenal luas
- (3) Pelayanan toko yang baik
- (4) Pilihan produk yang tepat & berkualitas
- (5) Harga yang pas
- (6) Display yang menarik
- (7) Promosi yang berkesinambungan

Hal-hal yang disebutkan di atas nampak pada sistem yang terdapat pada bisnis ritel Alfamart. Untuk lokasi yang strategis, pihak Alfamart memiliki sistem evaluasi yang sangat ketat sehingga sebelum menentukan lokasi yang harus ditempatkan, misalnya untuk membangun gerai baru, akan terlebih dahulu dilakukan survei oleh tim khusus yang menghasilkan keputusan apakah lokasi tersebut dapat di tempati atau tidak. Kegiatan bisnis ritel Alfamart memberikan penekanan yang besar pada kepuasan pelanggan sehingga manajemen usaha yang dilakukan banyak yang mengarah pada hal tersebut. Dalam manajemen usaha yang dilakukan Alfamart, bagian yang cukup penting dan dilakukan secara kontinuen adalah kegiatan promosi.

Modernisme selalu ditandai dengan muncul era generasi baru dalam masyarakat salah satu contoh dulu masyarakat hanya mengenal warung kelontong dan semua kebutuhan dan keperluannya mereka penuhi di sana, akan tetapi setelah bisnis ritel Alfamart mulai dibangun maka masyarakat mulai melakukan pergeseran, mereka sudah jarang berbelanja di warung kelontong melainkan ke pasar modern.

Masyarakat memang telah memiliki gaya konsumsi yang cenderung menyukai pasar modern (Alfamart). Ketika masyarakat membutuhkan berbagai macam jenis barang kebutuhan sehari-hari, mereka langsung mendatangi lokasi-lokasi perbelanjaan seperti Alfamart.

Pelayanan merupakan salah satu faktor internal yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam melayani konsumen. Di Alfamart konsumen bisa leluasa memilih barang yang diinginkan tanpa merasa canggung. Konsumen juga merasa nyaman berbelanja di Alfamart karena fasilitas yang lengkap, tempat yang bersih, penampilan pramuniaga yang rapi dan menarik serta ramah dan murah senyum.

Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan yang berbelanja di Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar, yang membuat konsumen tertarik berbelanja di Alfamart, yaitu: banyak cara yang di tawarkan Alfamart dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Salah satu yang Alfamart tawarkan adalah Kartu Member yaitu Kartu AKU, dimana kartu member ini merupakan kartu keanggotaan konsumen yang memberikan beragam manfaat dan nilai tambah khusus bagi pemiliknya. Biasanya Alfamart juga mengadakan promosi, pada hari-hari tertentu atau yang dikenal dengan promo JSM (Jumat, Sabtu dan Minggu) serta pada bulan-bulan tertentu. Pemberian diskon dengan periode waktu tertentu inilah yang membuat konsumen biasanya banyak datang berbelanja saat ada promo harga.

Dari penuturan informan di atas, menunjukkan bahwa Alfamart Irigasi mampu memberikan pelayanan terbaik dan dapat memberikan rasa nyaman bagi masyarakat khususnya di wilayah Irigasi, Kabupaten Banjar. Sehingga hal inilah yang menjadi daya tarik dan mendorong konsumen lebih memilih berbelanja di Alfamart Irigasi

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis motivasi belanja konsumen di Toko Ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Motivasi konsumen dalam memilih belanja di ritel Alfamart Irigasi didasari dari dua motif yakni kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman. Dalam penelitian tidak ditemukan munculnya motivasi konsumen atas dasar kebutuhan sosial, kebutuhan ego dan kebutuhan aktualisasi diri.

- 2) Faktor yang mendorong konsumen berbelanja di ritel Alfamart Irigasi Kabupaten Banjar antara lain harga produk yang dijual kompetitif, lokasi toko yang strategis, pelayanan karyawan ramah, suasana Alfamart nyaman dan bersih, ada kartu member (AKU) yang sering memberikan diskon atau bonus kepada konsumen, sering ada promo, tersedianya makanan dan minuman hangat serta display produk yang menarik.

Saran yang bisa diberikan berdasarkan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Ketersediaan Produk-produk di Alfamart harus terjamin. Konsumen yang sudah berlangganan tentunya akan merasa kecewa bila ternyata produk yang dicarinya tidak tersedia. Hal ini dapat memicu beralihnya konsumen tersebut ke minimarket atau toko lain.
- 2) Alfamart hendaknya mampu mempertahankan image yang sudah melekat. Yakni dari segi pencitraan Alfamart itu sendiri sebagai minimarket yang berkualitas, terkemuka dan banyak digemari konsumen. Oleh karenanya jangan sampai mengecewakan konsumen, karena dengan begitu konsumen akan selalu simpatik terhadap Alfamart.
- 3) Pelayanan hendaknya juga menjadi prioritas yang diutamakan Alfamart karena dari pelayanan yang baik konsumen akan merasa simpatik. Belajar dari pengalaman tersebut tentunya konsumen akan tertarik untuk kembali berbelanja.
- 4) Kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja menjadi salah satu alasan bagi konsumen dalam berbelanja terlebih bagi konsumen yang tingkat intensitas belanjanya tinggi, oleh karenanya fasilitas-fasilitas Alfamart harus terjamin. Dari segi fasilitas dapat dikatakan Alfamart sudah baik namun jika ditinjau kembali seperti fasilitas tempat parkir sebaiknya Alfamart menempatkan petugas khusus yang menjaga kendaraan konsumennya, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman.
- 5) Diharapkan adanya penelitian-penelitian serupa di daerah/lokasi penelitian lain, hal ini bertujuan untuk lebih mengetahui segmentasi dari para konsumennya. Masih banyak wilayah lain dengan segmentasi konsumen yang berbeda dari konsumen Alfamart yang berada di Kabupaten Banjar, sehingga diharapkan hasil yang ada dapat dibandingkan dan saling melengkapi.

REFERENSI

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.