BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*Retailing Mix*) terhadap Citra perusahaan (*Corporate Image)*, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi pelanggan tentang kinerja bauran penjualan eceran yang dilakukan oleh SPBU Pertamina di Regional III adalah belum baik, dimana indikator yang harus diperbaiki adalah *Customer service, promosi, personnel* dan fasilitas, sedangkan yang dianggap lebih baik adalah *store location*.
2. Citra SPBU Pertamina di Regional III pada umumnya dinilai cukup baik, dimana *coorporate identity* adalah indikator yang dianggap paling baik, hal ini terjadi karena selama ini SPBU Pertamina adalah satu-satunya agen penyalur BBM di Indonesia, dan pelanggan percaya terhadap kredibilitas perusahaan pengelola SPBU Pertamina, sementara *level of service* belum dianggap cukup baik karena variasi layanan yang disediakan belum cukup dan beberapa pelanggan kesulitan mengakses layanan SPBU.
3. Menilai pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*retailing mix)* terhadap Citra Perusahaan (*corporate image*) SPBU Pertamina Regional III menurut penelitian yang dilakukan didapat jawaban – jawaban pelanggan melalui kuesioner yang sudah diolah, berdasarkan pertanyaan yang bernilai valid dan memiliki Cronbach's Alpha 0,952 > 0,60 yang berarti pertanyaan yang diberikan penulis sudah reliabel, dihasilkan hasil rs atau koefisien korelasi antara Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*Retailing Mix)* dengan citra perusahaan *(Corporate Image)* adalah sebesar 0.732 yang termasuk kategori 0,60 - 0,799 yang terlihat ada hubungan yang berpengaruh positif antara kedua variabel.

Besarnya pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*Retailing Mix)* dengan citra perusahaan *(Corporate Image)* pada Perusahaan SPBU Pertamina adalah sebesar 53,58% dari faktor-faktor yang meliputi komponen- komponen Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*Retailing Mix)* yang ada pada pada Perusahaan SPBU Pertamina Regional III dan sisanya 46,42% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat, didapatkan hasil penelitian mengenai hipotesis yaitu t_{hitung} (15,75) > t_{tabel} (1,66), maka H_o ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian Ho berada di daerah penolakan, dan Ha diterima. artinya bahwa **"Kinerja Bauran Penjualan Eceran (*Retailing Mix)* berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan (*Corporate Image*), artinya jika kinerja bauran penjualan eceran (*retailing mix)* baik maka citra perusahaan (*corporate Image*) yang dihasilkan juga baik."**

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba mengemukakan saran berdasarkan kendala-kendala yang ada. Hal ini diharapkan dapat menjadi masukkan bagi perusahaan agar kegiatan saluran distribusi dapat dilakukan dengan lebih baik lagi. Adapun saran-saran yang dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan perencanaan dan pengendalian dalam barang dagangan *(Merchandising)* yang tepat pada setiap produk yang ditawarkan atau dijual, yaitu BBM dan Pelumas, beserta kelengkapan klasifikasinya dari masing-masing produk kepada pelanggan SPBU. Hal ini penting dilakukan agar semua produk yang ditawarkan dan dijual oleh SPBU kepada pelanggannya, tetap tersedia.
2. Fasilitas yang disediakan di sekitar lokasi SPBU perlu dilengkapi dan dirawat dengan baik oleh pihak pengelola SPBU, untuk meningkatkan produktivitas dan citra perusahaan SPBU, fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola SPBU termasuk suasana toko dan tata letak fisik

yang harus dapat memudahkan dan tidak menyulitkan para pelanggan untuk mencapai fasilitas tersebut. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas harus bersih. Kelengkapan fasilitas harus ada minimal harus tersedia: toilet, mushola, mini market, sarana mengganti oli, tambah angin, toko untuk penjualan pelumas dengan tataan yang baik, untuk mempermudah pelanggan mendapatkan produk pelumasnya. Kejelasan pesan di SainBox untuk menginformasikan semua produk yang ditawarkan dan informasi tata letak fasilitas yang ada.atau petunjuk arah yang jelas di lokasi SPBU.

3. Menjaga dan menambah tingkat fasilitas SPBU Pertamina dengan selalu menjaga kenyamanan, kebersihan dan kerapihan SPBU.
4. Memberikan diskon agar konsumen tertarik dalam membeli Pelumas Pertamina, karena daya tarik harga Pelumas yang masih kurang.
5. Menambah kejelasan spesifikasi produk sebagai informasi iklan SPBU Pertamina dan memilih media iklan yang lebih efektif menjangkau konsumen SPBU Pertamina
6. Memberikan fasilitas pembayaran elektronik dan pengadaaan ATM di semua SPBU Pertamina.