

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Functional risk* berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *functional risk* secara signifikan mempengaruhi pengecekan tanggal kadaluarsa pada produk *perishable*.
2. *Performance risk* berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *performance risk* secara signifikan mempengaruhi pengecekan tanggal kadaluarsa pada produk *perishable*.
3. *Physical risk* berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *physical risk* secara signifikan mempengaruhi pengecekan tanggal kadaluarsa pada produk *perishable*.
4. *Psychological risk* berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *psychological risk* secara signifikan mempengaruhi pengecekan tanggal kadaluarsa pada produk *perishable*.
5. *Social risk* tidak berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *social risk* menunjukkan bahwa produk *perishable* dinyatakan bukan produk yang menunjukkan status sosial. Sehingga dapat dinyatakan bahwa status sosial yang dimiliki konsumen tidak mempengaruhi produk *perishable* yang dibeli.
6. *Financial risk* berpengaruh terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa. Persepsi konsumen atas *financial risk* secara signifikan mempengaruhi pengecekan tanggal kadaluarsa pada produk *perishable*.

5.1.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak melakukan pengkategorian produk *perishable* khususnya produk *perishable* yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa. Tanggal kadaluarsa biasanya tidak tercantum pada produk *perishable* yang tidak dikemas atau berbentuk *packaging*, seperti pada produk sayuran yang dapat dipilih langsung oleh konsumen dan kemudian ditimbang sendiri. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan obyek produk *perishable* dengan asumsi bahwa semua produk *perishable* yang dijual di *Hypermart East Coast* Surabaya mencantumkan tanggal kadaluarsa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terutama dalam penelitian yang sejenis. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan acuan yang mendukung penelitian mengenai konsep atau teori manajemen ritel mengenai pengaruh risiko *perishable goods* terhadap pengecekan tanggal kadaluarsa yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja di peritel.

5.2.2 Saran Praktis

Sejumlah saran yang diajukan untuk perbaikan dari temuan-temuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan variabel *functional risk*, sebaiknya *Hypermart East Coast* Surabaya selalu melakukan evaluasi terhadap kondisi produk *perishable* sehingga cita rasa produk tetap terjaga dan tidak membahayakan konsumen.
2. Berkaitan dengan variabel *performance risk*, sebaiknya *Hypermart East Coast* Surabaya selalu melakukan evaluasi terhadap standar kualitas

dengan memastikan produk dalam kondisi yang baik yaitu produk yang di display tidak melewati masa kadaluarsa.

3. Berkaitan dengan variabel *physical risk*, sebaiknya *Hypermart East Coast* Surabaya selalu melakukan evaluasi terhadap produk *perishable* untuk memastikan bahwa kondisi produk *perishable* tidak mengalami kerusakan.
4. Berkaitan dengan variabel *psychological risk*, sebaiknya *Hypermart East Coast* Surabaya juga melengkapi pengetahuan para karyawan terhadap masalah risiko produk. Karyawan diharapkan dapat menjelaskan kepada pengunjung mengenai risiko tersebut dan akhirnya bisa menekan psikologis pengunjung yang cemas terhadap risiko tersebut.
5. Berkaitan dengan variabel *financial risk*, sebaiknya karyawan *Hypermart East Coast* Surabaya juga menjelaskan mengenai usia ekonomis produk kepada pengunjung sehingga pengunjung benar-benar paham bahwa uang yang dibayarkan sesuai dengan usia ekonomis produk.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arslan, Y., Geçti, F., dan Zengin, H., 2013, *Examining Perceived Risk and Its Influence on Attitudes: A Study on Private Label Consumers in Turkey*, Vol. 9, No. 4, pp 158-166.
- Bank, P., dan Riedel, F., 2003, Optimal Dynamic Choice of Durable and Perishable Goods, *Journal of Economic Dynamics and Control*, 20, 1451, pp 1-30.
- Barus, S., 2008, Analisis Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Buah-buahan di Carrefour, Plaza Medan Fair, dan Supermarket Brastagi, Medan, *Tesis Dipublikasikan*, Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan.
- Deny, S., 2013, Pemerintah Awasi Peredaran Barang Kadaluarsa di Parcel, diakses 13 Februari, 2014, <http://m.liputan6.com/bisnis/read/780801/pemerintah-awasi-peredaran-barang-kadaluarsa-di-parcel>.
- Hassan, Y., Muhammad, N. M. N., dan Bakar, H. A., 2010, Influence of Shopping Orientation and Store Image on Patronage of Furniture Store, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2, No. 1, May: pp 175-184.
- Knight, G., 2010, Time's Up: The Importance of Expiration Dates to the Consumer, *American Journal of Public Health*, Vol. 91, No. 3, pp 1-8.
- Koelemeijer, K., 2011, Is Retail Category Management Worth the Effort (and does a category captain help or hinder)?, *Article produced by the Academic Group of the European Marketing Confederation (EMC)*.
- Kouchekian, M., dan Gharibpoor, M., 2012, Investigation the Relationship between Visual Merchandising and Customer Buying Decision Case Study: Isfahan Hypermarkets, *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, Vol. 1, No. 2, April: pp 268-279.

- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Jakarta: Erlangga.
- Laila, N., 2008, Analisis Faktor Psikografis terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Daging Sapi Olahan dalam Kemasan Berlabel Halal di Hypermart Malang Town Square), *Skripsi Dipublikasikan*, Malang: Universitas Negeri Malang.
- Liljander, V., Polsa, P., Riel, A. V., 2009, Modelling Consumer Responses to an Apparel Store Brand: Store Image As a Risk Reducer, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 16, No. 4, pp 281-290.
- Mirghotbi, M., dan Pourvali, K., 2008, Consumers' Attitude towards Date Marking System of Packaged Foods, *Journal of Paramedical Sciences (JPS)*, Vol. 4, No. 3.
- Nurmiyati, 2009, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Citra Perusahaan (Studi pada CV. Aneka Ilmu Cabang Cirebon), *Tesis Dipublikasikan*, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Paradigma Baru Ancaman Intelijen Masa Kini, diakses 13 Februari 2014, <http://andikata.blogdetik.com/index.php/2013/04/02/hari-konsumen-nasional-2013-2/>.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L. L., 2008, *Perilaku Konsumen*, Edisi Tujuh, Terjemahan: Zoelkifli Kasip, Jakarta: PT Indeks.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. H., Hassan, A. A., Omar, M. W., dan Harun, E. H., 2011, The Relationship between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer, *African Journal of Business Management*, Vol. 5, No. 20, September: pp 8163-8176.
- Sina, S., 2011, Analisis Multivariat, *Modul Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

_____, 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Tsiros, M., dan Heilman, C. M., 2004, The Effect of Expiration Dates on the Purchasing Behavior for Grocery Store Perishables, *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 57, Juni: pp 1-39.

Tsiros, M., dan Heilman, C. M., 2005, The Effect of Expiration Dates and Perceived Risk on Purchasing Behavior in Grocery Store Perishable Categories, *Journal of Marketing*, Vol. 69, April: pp 114–129.

Tuu, H. H., Olsen, S. O., dan Linh, P. T. T., 2010, The Moderator Effects of Perceived Risk, Objective Knowledge and Certainty in The Satisfaction–Loyalty Relationship, *Journal of Consumer Marketing*, Juli: pp 1-40.

Utami, C. W., 2008, *Manajemen Barang Dagangan dalam Ritel*, Malang: Bayumedia.

Widarjono, A., 2010, *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.