

BAB 4

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut ini:

1. Alternatif pembayaran termasuk komponen dalam layanan yang diberikan oleh perusahaan ritel kepada konsumen. Pengembangan berbagai alternatif pembayaran akan memudahkan konsumen untuk melakukan kegiatan belanja guna memenuhi kebutuhan yang dimiliki. Pengembangan alternatif pembayaran tidak hanya dengan menggunakan uang kas atau tunai tetapi dengan fasilitas elektrik yaitu dengan kartu debit ATM dan kartu kredit.
2. Pada perusahaan ritel dengan kategori *hypermarket*, penyediaan alternatif pembayaran dengan kartu debit ATM dan kartu kredit lebih memudahkan konsumen, sebab umumnya konsumen yang datang ke *hypermarket* membeli dalam jumlah banyak, sehingga tidak perlu membawa uang dalam jumlah banyak yang menyulitkan atau mengambil uang terlebih dahulu di bank atau ATM.
3. Kemampuan *hypermarket* untuk mengembangkan berbagai alternatif sistem pembayaran mendatangkan kemampuan untuk meningkatkan penjualan. Kondisi ini disebabkan penyediaan alternatif pembayaran akan menarik minat beli konsumen pada *hypermarket* terkait, sehingga makin banyak konsumen yang datang dan melakukan pembelian.

4. Pengembangan alternatif pembayaran baik itu dengan kartu ATM maupun kartu kredit memberikan manfaat bagi konsumen dan perusahaan ritel sendiri. Konsumen merasa aman dengan pembayaran melalui kartu ATM dan ada keringanan pembayaran dengan kartu kredit. Bagi perusahaan ritel peningkatan minat beli konsumen karena pengembangan alternatif sistem pembayaran membuat ada peluang untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Danang, 2003, **Penyedia Jaringan Kartu Kredit Lirik Potensi Ritel Lokal**, *Sinar Harapan*.
- Darandono, 2003, **Di Balik Tawaran Kredit Berbunga 0%**, *Swa On Line*, 10 Juli.
- Harefa, A., 2003, **Belanja Bijak dengan Kartu Kredit**, *Sinar Harapan*.
- Kadarman, 2007, **Kerjasama Strategis Citibank**, <http://www.maverick.co.id/14> Juni.
- Kompas, 2004, **Berjaya dengan Prinsip Mendekati Pasar**, 9 Februari.
- Lubis, N., 2005, **Keberadaan *Hypermarket* Menghambat Perkembangan Pasar Tradisional**, DPW PKS DKI Jakarta, 18 November.
- Ma'ruf, H., 2005, ***Pemasaran Ritel***, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Schermann, M.J., 2007, **From Cash to Card Acceptance: Transforming Routine Transaction in to Extraordinary Opportunities**, *Governance Finance Review*, Vol 23, Agustus: 22-28
- Sujana, Asep, 2005, ***Paradigma Baru dalam Manajemen Ritel Modern***, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Thoyib, Usman, 1998, ***Manajemen Perdagangan Eceran***, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- Utami, C.W., 2006, ***Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern***, Salemba Empat, Jakarta.
- Vecchio, D., D.H. Hennard, T.H., Frelling, 2006, **The Effect of Sales Post Promotion Brand Preference: A Meta Analysis**, *Journal of Retailing*, p: 203-213.

