

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka simpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Faktor *economic return* tidak menyebabkan perbedaan konsumen senang dengan yang tidak senang membandingkan harga di butik Supermall Pakuwon Surabaya. Hal ini menunjukkan hipotesis 1 tidak diterima
2. Faktor *psychosocial return* tidak menyebabkan perbedaan konsumen senang dengan yang tidak senang membandingkan harga di butik Supermall Pakuwon Surabaya. Hal ini menunjukkan hipotesis 2 tidak diterima
3. Faktor *search costs* menyebabkan perbedaan konsumen senang dengan yang tidak senang membandingkan harga di butik Supermall Pakuwon Surabaya. Hal ini menunjukkan hipotesis 3 diterima

Faktor *human capital* menyebabkan perbedaan konsumen senang dengan yang tidak senang membandingkan harga di butik Supermall Pakuwon Surabaya. Hal ini menunjukkan hipotesis 4 tidak diterima

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang ada, maka ada saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Untuk meningkatkan penjualan yang ditujukan pada konsumen yang senang membandingkan harga disarankan butik-butik memberikan harga yang bersaing sehingga dapat mengurangi perbedaan harga serta memberikan diskon yang bervariasi, memberikan member supaya tercipta loyalitas konsumen.
2. Disarankan butik-butik yang ada di Supermall Pakuwon, memiliki *layout* yang baik, penentuan harga yang jelas serta pelayanan yang baik, sehingga memudahkan konsumen yang tidak senang membandingkan harga untuk menemukan produk yang dibutuhkan.
3. Disarankan butik-butik yang ada di Supermall Pakuwon, memberikan informasi yang dapat diketahui konsumen melalui brosur, spanduk, serta pelayanan yang baik sehingga konsumen memiliki pengetahuan akan produk, dan hal itu menjadi sebuah investasi untuk pencarian harga yang diinginkan serta membantu konsumen dalam manajemen waktunya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Analisis Pengaruh Komponen Atmospherics terhadap Perilaku Pembelian Konsumen pada Distro Bandung Sport Malang, <http://jurnalskripsiku.com>, diakses tanggal 14 September 2009.
- Berman, Barry, Evans, Joel R, 1998, *Retail Management A Strategic Approach*, Prentice Hall Inc, 7th edition, New York.
- Danfar, 2009, Pengertian Pasar, <http://www.dansite.wordpress.com/2009/03/24/definisi-pasar-market>.
- Definisi Fashion & Baju untuk Pecinta Mode, <http://rumahoutlet.blogspot.com/>, diakses tanggal 28 Desember 2009.
- Ekonomi, <http://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi>, diakses tanggal 14 September 2009.
- Endang, 2005, Analisis Faktor-faktor Informasi Ekonomi dan Psikososial terhadap Kebiasaan Konsumen Membandingkan Harga di Pusat Perbelanjaan Pasar Atum Surabaya, Surabaya: Program Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D, dan Miniard, P.W.,1993. Perilaku Konsumen Terjemahan oleh Budijanto. 1995., Jakarta: Binarupa Aksara.
- Foster, Bob, 2008, Manajemen Ritel, Cetakan pertama, Bandung: Alfabeta.
- Human Capital, http://en.wikipedia.org/wiki/Human_capital, diakses tanggal 26 November 2009.
- Jumlah butik yang ada di Surabaya, <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:q6ZcWEPP2skJ:digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/eman/2003/jiunkpe-ns-s1-2003-31498108-4468-boutique>, diakses 14 september 2009

- Kotler, Philip dan G Amsrong, (1997), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid I, Edisi 7, Terjemahan, Jakarta: Prenhallindo.
- _____, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 11, Terjemahan, Jakarta: PT.INDEKS.
- _____, 1999, *Dasar-dasar Pemasaran*, bagian I, Jakarta, Prenhallindo.
- Levi, Michael and Weitz. A. Barton, 2001, *Retailing Management A Strategic*, New York: Mcgrow/Irwin.
- Mowen, J.C., dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi kelima, Jakarta: Erlangga.
- Omzet Bisnis Ritel Modern 2010 Diprediksi Tumbuh 20 Persen <http://www.endonesia.com/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&cid=5&artid=4823>, diakses tanggal 28 Desember 2009.
- Park, Eun Joo., Eun Young Kim dan Judith Cardona Forney., 2006, *A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol 10, no.4, pp. 443-446.
- Pransiskan, L., *Kompas*, 2009, Meski Krisis, Industri Garmen Tumbuh Positif, 5 mei, <http://www.kompas.com>.
- Santoso, S., dan Tjiptono, F., 2002, *Riset pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Cetakan kedua, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. and Leslie L. Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Simamora, Bilson., 2005, *Analisis multivariat*, edisi pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sujana, Asep, 2005, *Paradigma Baru dalam Manajemen ritel Modern*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto, 2005, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Cetakan pertama, Bogor: Ghalia Indonesia.

- Supermall Pakuwon Indah, <http://duniamice.wordpress.com/2008/09/19/supermal-pakuwon-indah/>, diakses tanggal 28 september 2009.
- Swastha, Basu, 1995, *Manajemen Penjualan*, Edisi Ketiga, BPFE Yogyakarta.
- Urbany, Joel E., Peter R. Dickson; Rosemary Kalapurakal, 1996, "Price Search in the Retail Grocery Market", *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 2. (Apr.,1996), pp.91-104.
- Utami, Christina Widya, 2006, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Cetakan Petama, Jakarta: Salemba empat.
- Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, 2001, Edisi kedua, Cetakan ketiga, Yogyakarta: ANDI.
- Waluyo, P., dan Pamungkas, A., 2003, *Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone di Semarang*, diakses 31 Oktober 2009, <http://www.Analisis-perilaku-brand-switching.html>
- Wangmuba, 2009, *Psikologi konsumen*, <http://www.geocities.com/esp98feuncen/Papers>.