

BAB 5

SIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi belanja pada format ritel modern di Surabaya dapat diterima. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} (6,506) > t_{tabel} (1,66)$ dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05.
2. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi belanja pada format ritel modern di Surabaya dapat diterima. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} (2,168) > t_{tabel} (1,66)$ dan nilai signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,05.

5.2. Saran

Saran praktis dimunculkan berdasarkan teori-teori yang telah dibangun dan didasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh. Hasil pengujian analisis dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan informasi bagi penyusunan rencana strategis format ritel modern di Indonesia. Adapun saran-saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel-variabel baru yang berpengaruh terhadap intensi belanja seperti motivasi, persepsi, dan atribut toko sehingga mampu memberikan nilai indeks yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.
2. Penelitian mendatang dalam pengambilan sampel dan daerah yang digunakan untuk menyebarkan kuesioner hendaknya menggunakan objek

lokasi penelitian yang lebih luas dan merata di seluruh Kota Surabaya sehingga wilayah penelitian tidak hanya berkisar dengan wilayah yang diketahui peneliti.

3. Pengisian kuesioner harus benar-benar dipantau agar tidak ada jawaban yang kosong dan tidak terjadi kesalahan pengisian serta yang lebih utama adalah pembuatan butir-butir pertanyaan harus benar-benar diperhatikan agar tidak terjadi kebingungan responden dalam mengisi dan jawaban yang dihasilkan dapat merepresentasikan hal-hal yang ditanyakan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aarts, H., Verplanken, B., 1998, *Predicting Behaviour from Actions in the Past: Repeated Decision Making or a Matter of Habit?*, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.28, pp.1355-1374.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ajzen, I., dan Fishbein, M., 1980, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, New York: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. 1991. "The Theory of Planned Behavior". *Organization Behavior and Human Decision Processes* (50:2). December, pp. 179-211.
- BIRO (Business Intelligence Report), 2001. *Prospects of Retail Business in Indonesia*. Tangerang: PT Biro Data Indonesia.
- Dayakisni, T & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang : UMM Press.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., dan Miniard, Paul W., *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994, hal 147-225
- Eagly, A.H. and Chaiken, S., 1993, *The Psychology of Attitudes*, Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayat, T., 2009, *Cengkeraman Hypermarket di Bisnis Ritel, SWA*, Maret 2009.
- Kuncoro, M., 2001, *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Loudon. D., dan Bitta, D., 1988, *Consumer Behavior, Concept and Applications*, New York: Mc.Graw Hill.

- Natawidjaja, R. S., 2005, *Modern market growth and the changing map of the retail food sector in Indonesia. The Pacific Food System Outlook*.
- Neal, T.D, Wood, W., Quinn, J.M, 2006, Habits-A Repeat Performance, *Association for Psychological Science*, Vol.15, No.4, pp:198-202
- Ouellette, J. A. and Wood. W., 1998. "Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior." *Psychological Bulletin*, 124, pp. 54-74.
- Pandin, M. L., 2009, *The portrait of retail business in Indonesia: Modern market. Economic Review No.215*, Maret 2009.
- Schiffman, L., Kanuk, L.L, 2008, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, Henry. 2002. *Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Siringoringo, H., dan Kowanda, A., 2009, *Consumer Shopping Behaviour Among Modern Retail Formats, Delhi Business Review*, Vol. 10, No.1, Januari: pp1-14.
- Sirohi, Niren, Mc Langhir, Edward W. and Wittink, Dick R, 1998, *A Model of Consumer Perceptions and Store Loyalty Intentions for a Supermarket Retailer, Journal of Retailing*, Vol.74, No.2, pp.223-245.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Bandung: Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Umar, H., 2000, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Utami, C.W, 2010, *Manajemen Ritel*, Jakarta: Salemba Empat.

- Verplanken, B., dan Aarts H., 1999, *Habit, Attitude, and Planned Behaviour: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-directed Automaticity?*, *European Review of Social Psychology* 10, pp: 101-34.
- Verplanken, B. dan Wood, W., 2006, *Interventions to Break and Create Consumer Habits*, *Journal of Public Policy & Marketing*, pp: 90-103.