

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

1. Profil konsumen yang berbelanja di Supermarket Bonnet adalah konsumen dengan profil sebagai berikut:

Tabel 7.1 Profil Konsumen yang Sering Berbelanja

Profil	Konsumen
Jenis Kelamin	Perempuan
Usia	25 – 35 tahun
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga
Total Pembelanjaan	< Rp 100.000

2. Dari hasil uji validasi *layout*, perancangan *layout* akhir yang telah dibuat, baik dengan menggunakan metode *Computerized Relationship Layout Planning* maupun dengan metode *Automated Layout Design Program* dapat dikatakan valid karena memiliki *layout score* yang lebih baik dibandingkan dengan *layout* awal. Berikut ini merupakan perbandingan antara *layout score* perancangan *layout* awal dengan perancangan *layout* akhir.

Tabel 7.2 Perbandingan Layout Score Antara Layout Awal dan Layout Akhir

<i>Layout</i>	<i>Layout Score</i>
<i>Layout</i> Awal Dengan Nilai Derajat Kedekatan <i>CORELAP</i>	1882
Perancangan <i>Layout</i> Dengan Metode <i>CORELAP</i>	1842,5
<i>Layout</i> Awal Dengan Nilai Derajat Kedekatan <i>ALDEP</i>	1554
Perancangan <i>Layout</i> Dengan Metode <i>ALDEP</i>	1586

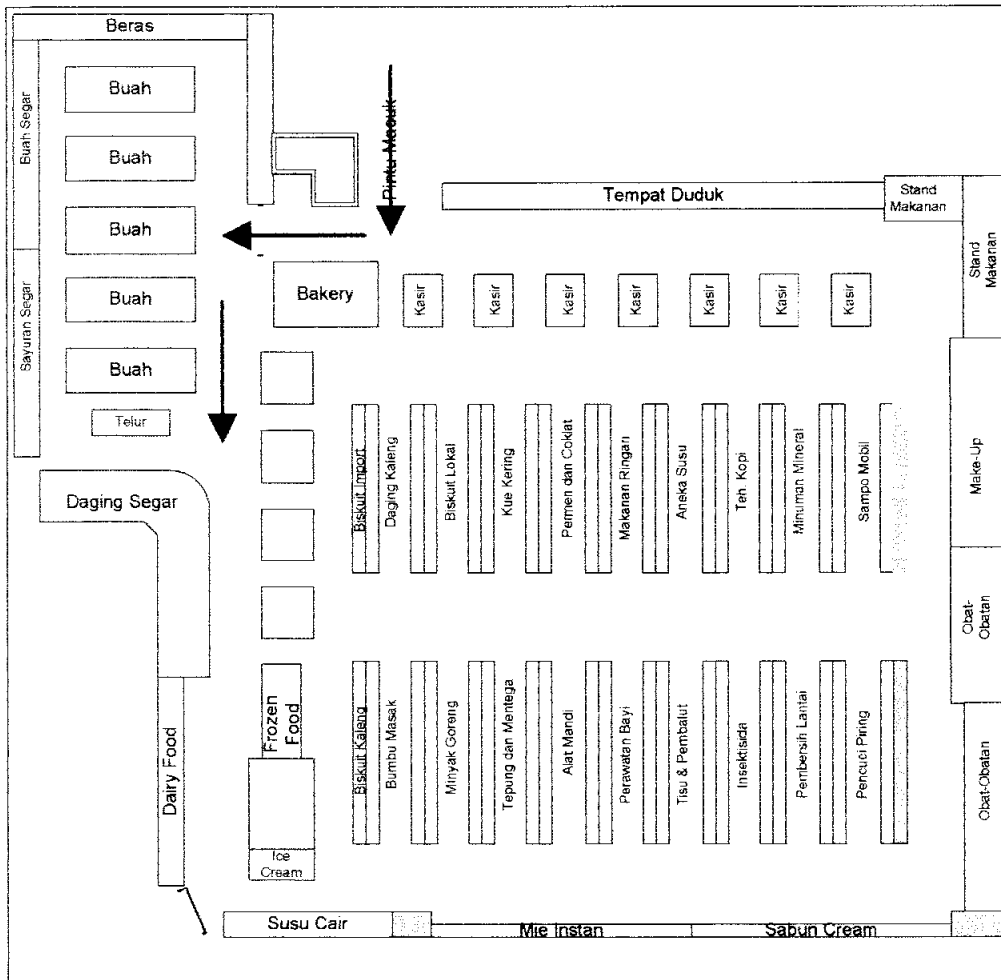
3. Perancangan *layout* yang digunakan adalah perancangan *layout* dengan menggunakan metode *Automated Layout Design Program (ALDEP)*, karena memiliki *layout score* lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan

metode *Computerized Relationship Layout Planning*. Berikut ini merupakan perbandingan *layout score* antara perancangan *layout* dengan menggunakan metode *Computerized Relationship Layout Planning* dan perancangan *layout* dengan menggunakan metode *Automated Layout Design Program*.

Tabel 7.3 Perbandingan *Layout Score* Perancangan *Layout* Dengan Menggunakan Metode *CORELAP* dan *ALDEP*

<i>Layout</i>	<i>Layout Score</i>
Perancangan <i>Layout</i> Dengan Metode <i>CORELAP</i>	1842,5
Perancangan <i>Layout</i> Dengan Metode <i>ALDEP</i>	1738

Berikut ini merupakan *layout* baru dengan menggunakan metode *Automated Layout Design Program*.



Gambar 7.1 *Layout* Akhir Supermarket Bonnet Dengan Metode *Automated Layout Design Program*

7.2 Saran

Sebaiknya pemempatan produk disesuaikan dengan kategori sehingga tidak membingungkan konsumen dalam berbelanja. Apabila diperlukan, setiap rak diberi label nama. Selain itu, jarak antara rak bagian depan dan belakang diperlebar sehingga memudahkan konsumen leluasa dalam bergerak.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Apple, James M.1990. **Tata Letak dan Pemindahan Bahan**. Bandung:Istitut Teknologi Bandung
- Aaker, David,dkk. 2001. **Marketing Research Seventh Edition**. New York: Wiley
- Borger,Adilson,dkk.Toward A New Supermarket *Layout*: From Industrial Categories To One Stop Shopping Organization Through A Data Mining Approach.
- Hidayat.2003.**Majalah Marketing Periode III:Triik Peritel di Jaman Susah**.
- Jaime,S.Ong,Dr.2002.**Store%20Layout%20and%20Customer%20Flow**.
- Kotler,Philip.2005.**Manajemen Pemasaran**.PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusiak,Andrew,dkk.**European Journal of Operational Research: Facility Layout Problem**.
- Mason dan Mayer.1987.**Modern Retailing Theory and Practice**.Texas:Business Publication.
- Mason,J.Barey dan Mayer.1981.**Foundation of Retailing**.Texas.
- Mcdaniel, Carl, dkk. 2002.**Marketing Research: The Impact Of The Internet**. South-Western.
- Rahardjo,Jani.2000.**Jurnal Perancangan Ulang Tata Letak Supermarket X Dengan Memepertimbangkan Perilaku Konsumen**.
- Stanton,William J. dan Elzel,Michael J.1991.**Fundamentals of Marketing 9 Edition**.USA:McGraw Hill,Inc.
- Susanta,Rahmat.2003.**Majalah Marketing Periode III:Triik Peritel di Jaman Susah**.
- Tatham,dkk.1998.**Multivariate Data Analysis**.Prentice Hall.
- Tompkins,dkk.1996.**Facilities Planning Second Edition**.John Wiley and Sons,Inc.

Wignyosoebroto, Sritomo. 1996. **Tata Letak dan Pemindahan Bahan**. Jakarta: PT Gunawidya

Zulkarnaen, Dian. 2003. **Majalah Marketing Periode III: Trik Peritel di Jaman Susah**.