

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran toko terkait variabel lokasi merupakan variabel yang terbukti menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “Ukuran toko terkait variabel lokasi merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi toko” adalah terbukti benar.
2. Konfigurasi toko bukan sebagai satu kesatuan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*. Hal ini mengingat enam indikator dari *store configuration* terkelompok menjadi dua, yaitu:
 - a. Komposisi *retail* merupakan variabel yang terbukti menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*
 - b. Citra *retail* merupakan variabel yang terbukti menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*

Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “Konfigurasi toko terkait variabel lokasi merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi toko” adalah terbukti benar.

5.2. Saran

1. Nilai terendah dari ukuran toko adalah besar kecilnya Hypermart dilihat dari jauh dekatnya lokasi, menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart. Untuk itu, saran yang diajukan adalah sebaiknya penataan ruang belanja, tempat parkir, dan lain-lain harus diatur sebaik mungkin sehingga tetap menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*.
2. Nilai terendah dari komposisi ritel adalah sedikit banyaknya komposisi produk di Hypermart dilihat dari jauh dekatnya lokasi, menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart. Untuk itu, saran yang diajukan bahwa sebaiknya semua item barang khususnya barang fast moving mendapatkan perhatian untuk terus dilengkapi sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*.
3. Nilai terendah dari citra ritel adalah baik buruknya citra layanan Hypermart dilihat dari jauh dekatnya lokasi, menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart. Untuk itu, saran yang diajukan adalah sebaiknya sesekali waktu disediakan anggaran promosi untuk memberikan informasi mengenai keunggulan dari hypermart ini sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini didasarkan pada keterbatasan dalam melakukan penelaahan penelitian, kurangnya pengetahuan penulis karena baru pertama kali melakukan penelitian dan masih dalam proses belajar, literatur yang kurang, serta kelemahan dalam menterjemahkan literatur berbahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini merupakan kendala

bagi peneliti untuk melakukan penyusunan yang mendekati sempurna, namun demikian bukan berarti hasil penelitian tidak valid dan tidak reliabel.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ciari, Francesco, Michael Lochl, dan Kay W. Axhausen, 2008, Location decisions of retailers: an agent-based approach, *15th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services*, Science, Zagreb, July 2008
- Ebert, RJ, dan Ricky W. Griffin, 1998, *Business Essentials*, Second Edition, London: Prentice-Hall International (UK) Limited
- Hu, Haiyan dan Cynthia RJ, 2005, Men and Women: A Comparison of Shopping Mall Behavior, *Journal of Shopping Centre Research*, www.marketingonline.com
- Imam B, Saudi, 2008, Analisis Hubungan Rata-Rata IPK dan Lama Studi Mahasiswa ITS Dengan Web Personal Dosen ITS Dengan Menggunakan Analisis Faktor, *5Aud1.files.wordpress.com/.../analisis-faktor-web-personal-dosen.doc*
- Kuncoro, M, 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- Ma'ruf, Hendri, 2006, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mendes dan I. H. Themido, 2004, *Multi-outlet retail site location assessment*, *Intl. Trans. in Op. Res.* 11 (2004) 1–18
- Mujiroh, 2005, Pengaruh Produk, Pelayanan, dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swalayan Indo Rizky Purbalingga, Universitas Negeri Semarang
- Semuel, Hatane, 2006, Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya), *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, September 2005: 152-170

Siringoringo, Hotniar, Basu Swastha Dharmmesta, dan Toto Sugiharto, 2007, Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja, <http://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/40/45>

Utami, Christina W., 2008, Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern, Jakarta: Salemba Empat

Wilhelm, Wendy Bryce dan Sandra Mottner, 2005, *Teens and Shopping Mall Preferences: A Conjoint Analysis Approach to Understanding the Generational Shift Toward an Experience Economy*, *Journal of Shopping Center Research*, Volume 12, Number 1, 2005

