

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan penelitian ini telah tercapai dengan perincian sebagai berikut :

1. Lokasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Suncity Mall Madiun. Hal ini dapat dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap 7 indikator pernyataan mengenai lokasi Suncity Mall Madiun, mayoritas responden memiliki tanggapan dengan peringkat tinggi. Kecuali pada pernyataan keenam, yaitu gerai-gerai yang ada di Suncity Mall lengkap atau saling melengkapi mendapat peringkat sedang.
2. Tata letak (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Suncity Mall Madiun. Hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap 6 butir pernyataan mengenai tata letak Suncity Mall Madiun. Dari 6 indikator pernyataan tersebut, umumnya responden memiliki tanggapan dengan peringkat tinggi.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan pada Suncity Mall Madiun adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sehingga pihak Suncity Mall Madiun dapat mempertahankan ketertarikan konsumen untuk berkunjung dengan cara memperbaiki serta meningkatkan fasilitas yang ada seperti area parkir dan kemudahan akses serta kelancaran lalu lintas menuju lokasi Suncity Mall Madiun.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tata letak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa penataan gerai-gerai di Suncity Mall Madiun sudah cukup baik sehingga dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Kedepannya untuk menarik lebih banyak konsumen, pihak Suncity Mall Madiun dapat melakukan beberapa inovasi seperti melengkapi komposisi gerai di Suncity Mall Madiun serta mengelompokkan gerai-gerai berdasarkan jenis produk atau segmen pasar agar konsumen lebih mudah dalam menemukan produk yang dicari, seperti produk fashion dapat lebih dilengkapi agar tidak kalah dengan beberapa department store lain di kota Madiun.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah dua variabel.
2. Teori dan artikel terkait tata letak yang digunakan masih terbatas.
3. Tidak dilakukan analisis pengaruh semua variabel bebas secara simultan dikarenakan tidak ada penelitian terdahulu. Jika dilihat dari output regresi linier berganda pada lampiran 7, menunjukkan bahwa variabel lokasi dan tata letak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 dan dilakukan di salah satu pusat perbelanjaan yang masih baru di Kota Madiun.
5. Hal-hal yang bersifat eksternal seperti ketidakjujuran responden dalam memberikan data dan persepsi mereka yang berbeda dan lain sebagainya berada di luar kemampuan peneliti.

D. Saran

Hal yang disarankan bagi penelitian selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian objek yang lebih luas, karena objek pengunjung mall pada umumnya merupakan objek yang menarik untuk diteliti dan masih dapat dieksplorasi lebih lanjut. Selain itu bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena dalam penelitian ini diketahui masih ada 65,3% faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian

konsumen di Suncity Mall Madiun, yang tidak masuk dalam model penelitian.

Hal yang disarankan bagi pihak pengelola atau manajemen Suncity Mall Madiun, terkait dengan tata letak di Suncity Mall Madiun, karena pengaruhnya lebih dominan dibandingkan variabel lainnya. Oleh karena itu, sebaiknya manajemen Suncity Mall Madiun tetap mempertahankan rancangan tata letak yang sekarang. Sedangkan untuk usulan perbaikan adalah dengan melengkapi komposisi gerai-gerai yang ada di Suncity Mall Madiun karena berdasarkan penilaian responden item pernyataan mengenai kelengkapan gerai di Suncity Mall Madiun memperoleh peringkat sedang. Meskipun tanggapan responden terhadap pelaksanaan *retailing mix* khususnya lokasi dan tata letak rata-rata positif, hendaknya strategi *retailing mix* tersebut dipertahankan dan lebih ditingkatkan. Mengingat pengaruh dari *retailing mix* yang dilakukan selain dapat mempengaruhi konsumen yang datang berbelanja, juga dapat memuaskan konsumen yang datang berbelanja sehingga diharapkan Suncity Mall Madiun mempunyai citra tersendiri di mata konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, Oldy. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). *Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro*, diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id> pada 16 Maret 2016.
- Ardiawan H, Wendi. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo). *Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Sebelas Maret*, diunduh dari <http://digilib.uns.ac.id> pada 1 Desember 2015
- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research For Beginner*. Yogyakarta: ANDI.
- Dajan, Anton. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta : LP3ES.
- Dessyana, Cindy Juwita. 2013. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. Jurnal EMBA*. Vol.1 (3), diunduh dari <http://ejournal.unsrat.ac.id> pada 29 Maret 2016.
- Dewiasih, Dewa, Made Meitriana dan Anjuman Zukhri. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (*Retailing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian pada *Mini Market* Indomaret Dewi Sartika Utara. Vol. 4 (1), diunduh dari <http://ejournal.undiksha.ac.id> pada 29 Maret 2016.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro*, diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id> pada 04 November 2016.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Dewi Rubiyanti. 2004. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *China Emporium Factory Outlet* Bandung.

Skripsi. Fakultas Ekonomi. Univesitas Widyatama, diunduh dari <http://repository.widyatama.ac.id> pada 20 Juni 2016.

Heizer, Jay dan Barry Render. 2006. *Operation Management manajemen operasi*. Edisi ketujuh. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Islam, Ibrahim Imaduddin, Rr. Rieka F Hutami dan S.m.b. 2012. Pengaruh Penetapan Strategi Lokasi dan Konsep Tata Letak Terhadap Citra Perusahaan dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Astra Biz-center Bandung), diunduh dari <http://repository.telkomuniversity.ac.id> pada 01 Desember 2015.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran* , Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I (edisi ke-13)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II (edisi ke-13)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Munir, M. Misbakhul. 2011. Analisis Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Permata di Kecamatan Balapulang. *Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegor.*, Diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id> pada 29 Maret 2016.

Naryawan. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Jasa Perpustakaan Referensi FE UNDIP. *Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro*, diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id> pada 1 Desember 2015.

Noviyanti, Desri, Yunelly Asra, dan Rosmida. 2016. Pengaruh Layout Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Centermart Bengkalis), diunduh dari <http://p3m.polbeng.ac.id> 5 Maret 2016.

- Pariyanto, Roki. 2016. Pengaruh Variabel *Retail Mix* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Minimarket Indomaret di Kota Semarang), diunduh dari <http://ejournal.udn.ac.id> 29 Maret 2016.
- Priyatno, Dwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Purnama, Pradana Jaka. 2011. Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah Di Sukoharjo). *Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro*, diunduh dari <http://eprints.undip.ac.id> pada 20 Juni 2016.
- Safaruddin, 2013. Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Distro Fashion Anak Muda “X” Kota Medan). *Jurnal EKSIS*. Vol 1 (3), diunduh dari <http://library.polmed.ac.id> pada 01 Desember 2015.
- Stiefi, Deswitha Arvinci. 2012. Pengaruh Store Layout Terhadap Minat Beli (Studi Pada Toko Sepatu Payless di Margocity). *Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Indonesia*. Diunduh dari <http://lontar.ui.ac.id> pada 5 Maret 2016.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sulindra, Lisa dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. Analisis Pengaruh *Retail Mix* Terhadap *Repeat Purchase* Konsumen Bakerzin Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 02 (1), diunduh dari <http://id.portalgaruda.org> pada 29 Maret 2016.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran (edisi kedua)*. PT.Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supariyani, Emmy dan Bintang Sahala. 2013. Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Vol.1 (1) diunduh dari <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id> pada 16 Maret 2016.

Surono. 2010. Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfa Mart Rempoa Sandratex). *Skripsi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, diunduh dari <http://repository.uinjkt.ac.id> pada 01 Desember 2015.

Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Jakarta : Penerbit Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta: Andi Offset.

_____, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.

Utami, Christina Whidya. 2008, *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.

Wahyuningrum, Tiyas dan Anik Lestari. 2013. Pengaruh Lokasi Dan Store Design Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen* .Vol 1, No. 2. Diunduh dari <http://ejournal.unesa.ac.id> pada 16 Maret 2016.

www.skyscrapercity.com Diakses pada 01 Desember 2015.

<http://purnamagroup.wixsite.com> Diakses pada 05 Juli 2017