

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Frekuensi kunjungan responden ke Madiun Plasa sebesar 53,86% dikategorikan cukup sering, sedangkan kunjungan ke *Suncity Mall* pada tingkat 51,03% yang juga dalam kategori cukup sering. Sedangkan tingkat peminatan belanja di Madiun Plasa sebesar 74,74% atau cukup suka berbelanja di Madiun Plasa, demikian pula hasil yang sama yaitu cukup suka berbelanja di *Suncity Mall* dengan tingkat peminatan 75,51%. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Kota Madiun cukup sering dan cukup suka untuk berbelanja di Madiun Plasa dan *Suncity Mall*.
2. Tingkat konsumtif masyarakat Kota Madiun berbelanja di Madiun Plasa sebesar 64,68% yang dikategorikan cukup konsumtif, sedangkan pada *Suncity Mall* diperoleh hasil 63,27% yang juga berada pada kategori cukup konsumtif. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat Kota Madiun menjadi cukup konsumtif dengan adanya Madiun Plasa dan *Suncity Mall*.
3. Terdapat 5 faktor yang mempengaruhi masyarakat Kota Madiun berbelanja di Madiun Plasa dan *Suncity Mall*, yaitu harga, adanya diskon atau promo, kemudahan akses, faktor keamanan selama berbelanja, dan adanya *event-event* kegiatan yang menarik minat konsumen berkunjung atau bahkan berbelanja di Madiun Plasa atau *Suncity Mall*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Ruang lingkup penelitian hanya terfokus pada dua (2) tempat perbelanjaan saja, yaitu Madiun Plasa dan *Suncity Mall*. Kedepannya penelitian lebih lanjut bisa dilakukan dengan menambahkan beberapa tempat perbelanjaan yang lain.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain selain frekuensi kunjungan, minat berbelanja, maupun tingkat konsumtif.
3. Untuk Pemerintah Kota Madiun, dengan melihat hasil dari penelitian yang dimana frekuensi kunjungan berada pada kategori cukup sering, minat berbelanja berada pada kategori cukup suka dan tingkat konsumtif di kategori cukup konsumtif, maka bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan sektor ekonomi Kota Madiun dengan meningkatkan daya beli masyarakat Kota Madiun di pusat perbelanjaan, tidak hanya di *mall* akan tetapi juga di pasar-pasar modern maupun tradisional. Namun demikian, perlu juga adanya pengawasan dari Pemerintah Kota Madiun agar masyarakat Kota Madiun tidak menjadi masyarakat yang terlalu gemar berbelanja atau konsumerisme. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesenjangan sosial yang mungkin terjadi apabila masyarakat terlalu bersikap konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi kedua. Penerbit: Bagian Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. & Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Lestari, A. 2006. *Ada Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berkepribadian Ekstrovert dengan Mahasiswa yang Berkepribadian Introvert*. Skripsi. (Tidak diterbitkan). Sumatera Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Penerbit: Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Ramadhan, Achmad Syaiful. *Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas "X"*.
<http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20308770-S%2043109-%20Hubungan%20gaya-full%20text.pdf>. Diunduh pada tanggal 7 Desember 2015 pukul 08.12 WIB.
- Sarendaren, Yunetris. 2015. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Konsumsi Minyak Goreng Curah di Pasar Pinasungkulan Karombasan*.
<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/cocos/article/download/8112/7673>.
Diunduh pada tanggal 20 Oktober 2015 pukul 11.50 WIB.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. PT INDEKS. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ketiga belas. Penerbit Alfabeta. Bandung.

_____. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan kedua puluh tiga. Penerbit: Alfabeta. Bandung.

_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh. Penerbit: Alfabeta. Bandung.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

http://investasi.madiunkota.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=35. Diakses 19 Desember 2014.

<http://www.jurnalmadiun.com/2014/02/gaya-hidup-konsumtif-picu-naiknya.html/>.

Diakses 22 Desember 2014.

<http://madiunkota.bps.go.id/>. Diakses 19 Desember 2014.

<http://www.rumusstatistik.com/2013/07/rata-rata-mean-atau-rataan.html>. Diakses 7 Desember 2015.