

## BAB 5

### SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Access Proximity* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Time Management* pada konsumen Indomaret di Surabaya. Kesimpulannya adalah dengan adanya kedekatan akses antara tempat tinggal dan Indomaret mampu memudahkan konsumen ketika ingin berbelanja, sekaligus konsumen dapat mengatur waktu yang dibutuhkan ketika berbelanja.
2. *Time Management* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty*. Kesimpulannya adalah semakin pendek waktu perjalanan yang ditempuh konsumen menuju Indomaret, dan konsumen dapat mengatur waktunya dengan baik saat berbelanja, konsumen tersebut semakin loyal.
3. *Access Proximity* tidak memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty*. Kesimpulannya adalah ketika terdapat Indomaret di daerah perumahan dan memiliki kedekatan akses, tetapi disamping itu terdapat brand toko ritel kecil lain atau pesaing dari Indomaret yang dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen, dengan adanya kedekatan akses belum tentu secara langsung dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Indomaret tersebut.
4. *Time Management* memediasi pengaruh positif antara *Access proximity* terhadap *Loyalty*. Kesimpulannya adalah kedekatan akses pada dasarnya dapat mempengaruhi loyalitas konsumen ketika konsumen dapat menemukan barang atau produk yang diinginkan, dapat berinteraksi sosial dengan orang lain atau pegawai Indomaret, dan mampu mengatur waktu saat belanja sehingga tidak membuang-buang waktu. Artinya bahwa, peran

mediasi *Time Management* sangat penting terhadap variabel *Access Proximity* dan *Loyalty*.

## 5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan antara lain:

1. Keterbatasan pada responden, dimana kebanyakan responden yang mengisi kuesioner masih berstatus mahasiswa atau pelajar, sehingga penulis perlu lebih banyak menambah variasi yang bermacam-macam.
2. Penelitian ini difokuskan pada *convenience store*, dan dilakukan di Surabaya, serta hanya berfokus pada 150 responden.

## 5.3 Saran

Berikut saran-saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya:

### 5.3.1 Saran Akademis:

Saran bagi penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menambah jumlah responden dan menyebarkan kuesioner ke responden dengan berbagai variasi latar belakang pekerjaan, serta menyebarkan kuesioner secara langsung agar hasil kuesioner sesuai dengan target responden yang dituju. Kemudian peneliti juga mengusulkan kepada penelitian selanjutnya agar menggunakan objek penelitian format toko ritel atau pusat perbelanjaan ritel lainnya serta tidak hanya meneliti responden yang berdomisili di Surabaya, tetapi juga responden luar Surabaya agar peneliti mendapatkan berbagai ragam jawaban dari responden.

### 5.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut saran-saran yang diberikan oleh peneliti sebagai bentuk pertimbangan bagi pihak Indomaret:

1. Pihak dari Indomaret diharapkan, untuk terus dapat mendekatkan diri kepada konsumen, terutama konsumen didaerah pemukiman atau perumahan. Hal ini dilakukan agar konsumen mendapatkan kemudahan ketika mencari atau membutuhkan barang di Indomaret dengan cepat.
2. Pihak dari Indomaret diharapkan, untuk terus meningkatkan kenyamanan terutama kenyamanan dalam hal waktu. Seperti menambah jam buka toko, sehingga konsumen yang ingin berbelanja secara tiba-tiba (*urgent*) atau konsumen yang tidak memiliki waktu banyak dapat memilih Indomaret sebagai *minimarket* alternatif belanja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allaway, A. W., Gooner, R. M., Berkowitz, D., & Davis, L. (2006). Deriving and exploring behavior segments within a retail loyalty card program. *European Journal of Marketing*.
- Andri Donnal P. (2018). Kenapa Indomaret dan Alfamart Banyak yang Berdekatan. Didapat dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/07/20/190900926/kenapa-indomaret-dan-alfamart-banyak-yang-berdekatan->, 10 Maret 2020, pukul 17.30 WIB
- Astari, B., Wibowo, L. A., & Ridwanudin, B. (2016) *The Effect of store attributes on tourists' Loyalty*. (eBook PDF). Heritage, Culture, and Society.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Bargadaa, M., & Bucchia, d. C. (2009). La recherche de proximate par le client dans le secteur de la grande consommation alimentaire, 21. *Revue Management et Avenir*. 121-135.
- Blut, M., Teller, C., & Floh, A. (2018). Testing retail marketing-mix effects on patronage: A meta-analysis. *Journal of Retailing*, 94(2), 113–135.
- Bories, D., Pichon, P.-E., & Laborde, C. (2016). *The influence of proximity on consumers' trust toward wine of their favourite winery region*.
- Chen, S.-C., & Quester, P. G. (2009). A value-based perspective of market orientation and customer service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(3), 197–206.
- Databoks.katadata.co.id. (2018) Gerai Alfamart dan Indomaret Masih Ekspansi. Didapat dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed\\_en/111513/gerai-alfamart-dan-indomaret-masih-ekspansi](https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed_en/111513/gerai-alfamart-dan-indomaret-masih-ekspansi), 10 Maret 2020, pukul 20.35 WIB
- Durianto, S., & Sitinjak, d. T. (2001). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firat, A. F. (1991). The consumer in postmodernity. *ACR North American Advances*.

- Gahinet, M.-C., & Cliquet, G. (2018). Proximity and time in convenience store patronage: Kairos more than chronos. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 1–9.
- Ghozali, I., & Latan, d. H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Edisi ke-2)*. Universitas Diponegoro: Badan Penerbit.
- Geduld, H., Hynes, E. J. C., Wallis, L. A., & Reynolds, T. (2018). Hospital proximity does not guarantee access to emergency care. *The Lancet Global Health*, 6(7), e731.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty, How to Learn it How to Keep it*. Jossey-Bass.
- Hikam, H. A. (2019). Ada Lagi Ritel Tutup di 2020? Pengusaha: Pasti Ada!. Didapat dari <https://m.detik.com/finance/energi/d-4841593/ada-lagi-ritel-tutup-di-2020-pengusaha-pasti-ada>. 10 Maret 2020, Pkl. 20.35 WIB.
- Katadata.co.id. (2019). Perubahan Peta Persaingan Bisnis Retail di Indonesia. Didapat dari <https://katadata.co.id/analisisdata/2019/07/03/perubahan-peta-persaingan-bisnis-retail-di-indonesia>, 10 Maret 2020, pukul 20:35 WIB.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2001). *Retailing Management* (4th ed.). Richard D. Irwin Inc
- Maté-Sánchez-Val, M., & Harris, R. (2018). The paradox of geographical proximity for innovators: A regional study of the Spanish agri-food sector. *Land Use Policy*, 73, 458–467.
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling. *Industrial Management & Data Systems*.
- Nowińska, A. (2019). Ships and relationships: Competition, geographical proximity, and relations in the shipping industry. *Journal of Business Research*, 101, 161–170.
- Parta Ibeng (2018). Pengertian Retail dan Jenis Retail. Didapat dari <https://pendidikan.co.id/pengertian-retail-fungsi-jenis-contoh-menurut-para-ahli/>, 10 Maret 2020, pukul 20:35 WIB.
- Ramanathan, U., Subramanian, N., Yu, W., & Vijaygopal, R. (2017). Impact of customer loyalty and service operations on customer behaviour and firm performance: empirical evidence from UK retail sector. *Production Planning & Control*, 28(6–8), 478–488.
- Sekaran, U., & Bougie, d. R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.

- Susilo, Y. O., Hanks, N., & Ullah, M. (2013). An exploration of shoppers travel mode choice in visiting convenience stores in the UK. *Transportation Planning and Technology*, 36(8), 669–684.
- Torre, A. (2011). The role of proximity during long-distance collaborative projects. Temporary geographical proximity helps. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 7(1–3), 213–230.
- Yigit, M. K., & Tigli, M. (2018). The Moderator Role of Brand Awareness and Brand Loyalty on Consumers' Online Impulse Buying Behavior. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 7(1), 35–48.
- Zulfi Suhendra. (2017) Bos Nielsen Buka-bukaan soal Ritel Tutup di Indonesia. Didapat dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3155910/bos-nielsen-buka-bukaan-soal-ritel-tutup-di-indonesia>, 10 Maret 2020, pukul 20.35 WIB