

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4 tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui analisis faktor dapat diperoleh 4 faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen. Faktor tersebut antara lain:

1. Faktor 1 (*Shopping Experience*) terdiri dari variabel:
 - a. *Employee Nature*
 - b. *Store Cleanliness*
 - c. *Employee Merchandise Knowledge*
 - d. *Merchandise Display*
 - e. *Store Checkout Time.*
2. Faktor 2 (*Purchase Booster*) terdiri dari variabel:
 - a. *Reference Group*
 - b. *Family*
 - c. *Role and Status*
 - d. *Store Atmosphere.*
3. Faktor 3 (Pekerjaan) terdiri dari variabel:
 - a. *Income*
 - b. *Profession.*
4. Faktor 4 (Kesesuaian Pelayanan Toko) terdiri dari variabel:
 - a. *Age*
 - b. *Store opening*
 - c. *Education.*

Dari variabel-variabel yang diadopsi menggunakan dua jurnal penelitian terdahulu dan diterapkan dalam penelitian ini, ditemukan faktor baru yaitu *Purchase Booster* yang merupakan faktor pemicu terjadinya pembelian oleh konsumen. Dari keempat faktor tersebut, faktor yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen untuk berbelanja di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya adalah faktor *Shopping Experience* (Faktor 1) karena mampu menjelaskan variasi yang paling besar dibandingkan faktor yang lain yaitu sebesar 27,323%.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Berikut adalah beberapa saran akademis yang berguna bagi penelitian selanjutnya:

1. Sebaiknya penelitian yang akan datang menambahkan variabel-variabel baru untuk meneliti faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait dengan perilaku belanja konsumen di Erafone Tunjungan Plaza Surabaya, guna memperkaya ilmu dan pustaka.

5.2.2 Saran Praktis

Berikut adalah beberapa saran praktis yang berguna bagi perusahaan :

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini tereduksi menjadi empat faktor yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen. *Total variance*

terbesar berada pada faktor 1 yaitu *shopping experience* yang terdiri dari variabel *Employee Nature*, *Store Cleanliness*, *Employee Merchandise knowledge*, *Merchandise Display*, *Store Checkout Time*, jadi kiranya toko Erafone ini fokus berbenah pada keadaan internal toko dan meningkatkan kepuasan konsumen dari sisi pengalaman belanja, sehingga *image* toko pada pikiran konsumen akan selalu baik karena pengalaman belanja yang diberikan toko juga baik.

2. Selain pada faktor 1, masih hal-hal pada variabel lainnya sebaiknya diperhatikan tentunya yang masih berkaitan dengan toko seperti atmosfir toko dan jam buka toko, kiranya hal yang masih melekat pada toko ditingkatkan lagi kualitasnya sehingga menimbulkan niat belanja
3. Pada faktor 4 kesesuaian pelayanan, kiranya toko disarankan mampu memprediksi konsumen berdasarkan kategori usia dan edukasi, sehingga dengan kesesuaian pelayanan yang diberikan toko akan memberikan kenyamanan tersendiri bagi konsumen dalam berbelanja, dan konsumenpun akan memiliki persepsi yang baik terhadap toko

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amri, S. Y, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan, dan Kenyamanan di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang, Undergraduate thesis .
- Berman, B., Joel R. Evans, 2001, Retail Management A Strategic Approach, Prentice-Hall.
- Fuad, M., 2010, Store Atmosphere dan Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Buku GRAMEDIA Malang, Manajemen Pemasaran Modern: Vol 2 No.1 .
- Gunawan, D., 2016, Pengaruh Store Layout dan Interior Display serta Human Terhadap Customer Shopping Orientation di Conato Cafe and Bakery Roxy Square Jember, Digital Repository Universitas Jember .
- Hasan, A., 2015, Key Drivers Influencing Shopping Behavior In Retail Stores, Journal of Inspiration Economy .
- Khaniwale, M., 2015, Consumer Buying Behavior, International Journal of Innovation and Scientific Research , 278-286.
- Kotler, P., John Bowen, James Maken, 1999, Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice-Hall.
- Levy, M., Barton A. Weitz, 2009, Retailing Management, McGraw-Hill Irwin.
- Masurung, O., 2016, Kualitas Pelayanan Jaminan Kesehatan BPJS pada Rawat Inap Flamboyan di Rumah Sakit, eJournal Administrasi Negara, Volume 4 , Nomor 4, 5104 – 5118.
- Nababan, B. J., 2015, Pengaruh Sikap Menghadapi Perubahan Organisasi Terhadap Komitmen Karyawan di PT. SURYA MUSTIKA Andalas Medan, Jurnal Skripsi UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN.

- Narimawati, U., 2008, Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugroho, C., 2015, Pengaruh Gambar Peringatan Kesehatan dan Risiko yang Dipersepsikan Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok, S1 thesis, Fakultas Ekonomi. .
- Nyoto, D., 2016, Membangun Sistem Evaluasi Kinerja Bagi Karyawan Bagian Marketing (Studi Kasus Pada PT. PANATEK MULYA SEJAHTERA), Jurnal Skripsi Universitas Narotama Surabaya .
- Sarwono, J., 2015, Rumus-rumus Populer SPSS 22, Yogyakarta, ANDI
- Schiffman, L., Leslie Lazar Kanuk, 2008, Perilaku Konsumen, Indeks.
- Sekaran, U., 2006, Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis), Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 1999, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV ALFABETA Bandung.
- Sriwidodo, U., 2010, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10, No. 2 , 164-173.
- Utami, C. W., 2012, Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Wardhana, H. W., 2012, Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. ACE HARDWARE Sidoarjo. KANAL, Vol. 1, No. 1 , 1-101.
- Widyasari, M., 2013, Hubungan Sikap Karyawan dengan Motivasi Kerja dan Prestasi Kerja, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol.7, No.1 .