

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah melakukan pengolahan data analisis dan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan sebelumnya. Maka simpulan dan rekomendasi yang berkaitan dengan perumusan masalah serta hipotesis yang diajukan dapat diberikan sebagai berikut:

Setelah dilakukan pengujian “ atribut supermarket, citra perusahaan dan hadiah terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di Hypermart Gresik “ seperti berikut :

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel atribut supermarket (X1) memberikan pengaruh signifikan terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di Hypermart Gresik.
2. Variabel citra perusahaan (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di Hypermart Gresik.
3. Variabel hadiah (X3) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di Hypermart Gresik. Hal ini berarti konsumen tidak terlalu mengutamakan hadiah yang diadakan di Hypermart.
4. Variabel atribut supermarket, citra perusahaan dan hadiah secara simultan berpengaruh terhadap motif belanja *utilitarian* pada pusat perbelanjaan di

Hypermart Gresik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berbelanja di Hypermart didorong oleh faktor fasilitas fisik yang disediakan Hypermart, atribut supermarket citra perusahaan dan hadiah dalam berbelanja.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian maka saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

5.2.1. Bagi Aspek Manajerial

Atribut supermarket, citra perusahaan dan hadiah memiliki peran yang cukup penting sebagai landasan yang digunakan oleh pihak manajemen perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan motif belanja *utilitarian* konsumen di Hypermart. Berdasarkan hasil penelitian, maka diberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

- a. Variabel atribut supermarket memberikan pengaruh yang positif dan pengaruhnya paling tinggi diantara variabel citra perusahaan dan hadiah terhadap motif belanja *utilitarian*, dari sisi positif respon terhadap barang dan jasa yang ditawarkan oleh pengecer memberikan penilaian yang baik yang diciptakan oleh perusahaan berinteraksi langsung kepada pelanggan seperti tata letak barang, keindahan arsitektur dan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan meskipun mendapatkan nilai yang cukup baik namun harus lebih ditingkatkan lagi agar bisa memuaskan para konsumen. Dari sisi *negative* ini pihak Hypermart harus lebih menyadari kekurangan di tempat

parkir, pihak Hypermart harusnya memberikan ruang parkir yang lebih baik dan lebih luas penempatannya. Karena ruang parkir nantinya akan dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam mendatangi suatu supermarket untuk berbelanja.

- b. Variabel citra perusahaan juga memiliki pengaruh yang cukup baik terhadap motif belanja *utilitarian* maka sebaiknya Hypermart meningkatkan reputasi perusahaan di mata konsumen dengan cara meyakinkan kepercayaan konsumen dan kualitas layanan yang baik serta lebih meningkatkan atribut supermarket dan promosi dengan peningkatan tersebut maka diharapkan citra perusahaan juga akan lebih meningkat.

5.2.2. Penelitian Selanjutnya

1. Bagi para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah variabel X dan Y menggunakan teknik analisis yang berbeda dan objek yang lain agar lebih menarik dan berbeda.
2. Meneliti dengan populasi yang besar dengan sampel mendekati populasi karena makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil.