

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan ditahap analisis deskriptif sampai pengujian hipotesis dengan alat uji *WarpPLS 6.0* maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa orientasi fashion berpengaruh signifikan terhadap nilai pembelian konsumen atau dengan kata lain H1 diterima. Hal tersebut menyebabkan semakin tinggi orientasi fashion, maka semakin tinggi nilai pembelian konsumen Pakuwon Mall Surabaya.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa orientasi fashion berpengaruh signifikan terhadap kepribadian pusat perbelanjaan atau dengan kata lain H2 diterima. Semakin tinggi orientasi fashion maka semakin tinggi pula kepribadian pusat perbelanjaan Pakuwon Mall Surabaya.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kepribadian pusat perbelanjaan berpengaruh signifikan terhadap nilai pembelian konsumen dengan kata lain H3 diterima. Semakin tinggi kepribadian pusat perbelanjaan maka semakin tinggi juga nilai pembelian konsumen Pakuwon Mall Surabaya.
4. Hipotesis keempat menyatakan Nilai pembelian berpengaruh signifikan terhadap niat berlangganan dengan kata lain H4 diterima.

Semakin tinggi nilai pembelanjaan konsumen maka semakin tinggi juga niat berlangganan dipusat perbelanjaan Pakuwon Mall Surabaya

5.2 **Keterbatasan Penelitian**

1. Peneliti mengalami keterbatasan dalam memberikan kuisioner kepada responden ketika responden sedang berkumpul dengan teman-temannya dan sebagian tidak mau untuk mengisi kuisioner.
2. Peneliti mengalami kesulitan dalam hal profil alamat yang ada dikuisiner yang hanya dituliskan oleh responden dengan kalimat “surabaya”, dan terkadang nomer telepon yang dituliskan oleh responden tidak sesuai.

5.3 **Saran**

Berikut ini adalah saran-saran yang diberikan kepada pihak yang akan meneliti dan menggunakan penelitian ini sebagai referensi.

1. Bagi Pakuwon Mall Surabaya
 - a. Merujuk pada hasil penelitian variabel orientasi fashion, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada pernyataan item saya menghabiskan banyak waktu dikegiatan yang berhubungan dengan fashion, oleh karena itu diharapkan Pakuwon Mall dapat mencuri perhatian pelanggan seperti mengadakan event-event fashion berupa pameran atau bazaar dengan tema yang berbeda di setiap musimnya, seperti yang diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu dan menawarkan diskon-diskon, potongan harga atau promo yang sangat menarik, seperti

membagikan voucher belanja potongan, *gift* yang berupa barang kebutuhan sehari-hari dengan item yang berbeda setiap musimnya.

Item pernyataan selanjutnya yang mendapatkan tanggapan kurang baik dari responden yaitu penting bagi saya untuk menjadi panutan fashion, oleh karena itu diharapkan Pakuwon Mall dapat menambahkan brand-brand yang sedang menjadi *trendsetter* seperti brand-brand “Supreme, Gucci, LV dari luar yang sedang *hits* agar pengunjung yang berbelanja di Pakuwon Mall merasa bahwa dirinya sebagai panutan karena telah memiliki atau mencoba brand tersebut.

Item pernyataan yang mendapatkan tanggapan kurang baik dari responden yaitu saya ingin menjadi yang pertama untuk mencoba, oleh karena itu diharapkan Pakuwon Mall memberikan fasilitas dengan cara menginformasikan kepada setiap member yang terdaftar bahwa ada produk baru atau promo-promo yang menarik agar pengunjung tertarik, atau mengadakan *event* dimana *event* tersebut menampilkan sebuah pengenalan produk yang menarik untuk pelanggan.

Item pernyataan selanjutnya yang mendapatkan tanggapan kurang baik dari responden yaitu saya percaya diri dalam pemahaman tentang fashion, untuk itu Pakuwon Mall memberikan pengarahan kepada *staff* dan karyawan untuk menjelaskan lebih detail produk yang dapat menarik pengunjung misalnya menginformasikan bahwa sepatu ini model terbaru, terdapat berbagai macam warna, fungsi dari sepatu tersebut dan lain-lain sehingga pengunjung paham akan penjelasan tersebut.

- b. Merujuk pada hasil penelitian variabel kepribadian pusat perbelanjaan, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada pernyataan dengan item Pakuwon Mall unik, oleh karena itu diharapkan Pakuwon Mall membuat wahana *magic fountain show* yaitu pertunjukkan cerita rakyat dengan tarian dan fashion yang dipentaskan oleh puluhan pemain pentas dipadu dengan air mancur, sinar lesar, animasi, kembang api, musik, dan gerak tari dari pemain.

Item pernyataan selanjutnya yang mendapatkan tanggapan kurang baik yaitu Pakuwon Mall *Stylish*, untuk itu Pakuwon Mall sebaiknya membuat pusat perbelanjaannya menarik dan bergaya dengan cara menambahkan taman *outdoor* yang berada di *rooftop* yang menjadi tempat nongkrong favorit bagi setiap pelanggan yang berkunjung, selain dijadikan tempat nongkrong taman ini menyediakan berbagai tenant makanan dan minuman yang dapat disinggahi sambil menikmati suasana taman.

Item selanjutnya dengan pernyataan Pakuwon Mall berkelas mendapatkan respon yang kurang baik dari sebagian responden, untuk itu Pakuwon Mall sebaiknya mempunyai brand internasional yang berkelas seperti Hermes, Louis Vuitton, Cartier, Prada, Ermenegildo Zegna, Supreme. Gerai-gerai merek berkelas ini dirancang dengan konsep eksklusif dan mewah mungkin, sehingga menonjolkan karakter merek itu sendiri.

- c. Merujuk pada hasil penelitian variabel nilai pembelian, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada pernyataan dengan item pengalaman belanja saya adalah petualangan, untuk itu

Pakuwon Mall mengadakan event seperti lomba-lomba yang menarik seperti lomba *makeup* dengan cara pelanggan memilih *makeup* sendiri, yang telah disediakan dan diberi waktu yang telah disediakan, lomba mendesain pakaian dengan tema yang menarik agar pengunjung merasa pengalaman belanjanya disertai dengan petualangan yang menarik.

Item selanjutnya dengan pernyataan disaat belanja, saya menemukan barang yang saya cari mendapatkan respon yang kurang baik, untuk itu Pakuwon Mall sebaiknya menyediakan layanan informasi disetiap lantai agar pengunjung dapat mendapatkan informasi yang mudah dan menemukan barang yang dicari.

- d. Merujuk pada hasil penelitian variabel niat berlangganan, sebagian responden memberikan tanggapan yang kurang baik pada pernyataan saya pelanggan setia di Pakuwon Mall, untuk itu Pakuwon Mall Surabaya sebaiknya mendesain pusat perbelanjaannya dengan membuat konsep bagian dalam mall seperti *crossroads the world* dengan menampilkan gaya Eropa, Belanda, Amsterdam, Paris yang berkesan mewah setiap bulannya agar pengunjung tertarik untuk melihat desain yang terbaru dan dapat berfoto-foto untuk diabadikan. Selain itu membuat pelanggan nyaman dengan memberikan fasilitas tempat duduk disetiap lantai dan tempat *lounge* untuk beristirahat, serta memunculkan brand-brand terkenal seperti Dior, LV, Supreme, dan lain sebagainya. Menambahkan area bermain seperti hiburan menarik dengan membuat ski *indoor* didalam mall, karena ketika letih berbelanja pengunjung dapat bermain ski di area Pakuwon Mall dan

memberikan tempat *playground* gratis sehingga untuk pelanggan yang berbelanja tanpa khawatir membuat anak-anak merasa bosan dan menyediakan *track* khusus untuk penyandang disabilitas. Fasilitas hiburan lainnya bisa berupa menambahkan wahana kolam renang di arena pusat perbelanjaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti diharapkan untuk mendampingi responden ketika mengisi kuisisioner, agar responden dapat mengisi dengan benar sesuai dengan keinginan peneliti.
 - b. Peneliti diharapkan mampu menjelaskan tentang isi dari kuisisioner, agar responden dapat mengisi dengan benar.
 - c. Peneliti diharapkan untuk berfokus menyebarkan ke Pakuwon Mall Surabaya agar hasil yang didapatkan akan semakin baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- <https://www.liputan6.com/tekn/read/3058907/orang-surabaya-lebih-gila-belanja-online-ketimbang-jakarta>, diakses 28 Mei 2018
- Imam Ghozali. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Kamel El Hedhli, Haithem Zourrig, Jeongsoo Park (2017). "Image transfer from malls to stores and its influence on shopping values and mall patronage: The role of self-congruity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 208-218
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Michon, Richard, Jean Charles Chebat Hong Yu Linda Lemarie (2015). Fashion orientation, shopping mall environment, and patronage intentions: A study of female fashion shopper. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19, 3-21.
- Misbahuddin, dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Mulyana, Syafruddin Chan, 2017. Pengaruh fashion orientation dan department store personality terhadap department store patronage intention dengan nilai belanja sebagai variabel mediasi di matahari department store banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 2, No. 3, 126-140.
- Rahman, Osmund, Ken Kwong-Kay Wong, and Hong Yu. (2016). The effects of mall personality and fashion orientation on shopping value and mall patronage intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 155-164

Rusyidi Ginanjar Pratama dan Karto Adiwijaya. 2016. “Analisis Pengaruh Mall Personality dan Fashion Orientation terhadap Shopping Value dan Mall Patronage Intention. Studi Kasus: Mall Kota Kasablanka”. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Depok, Indonesia.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

