

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis yang berjudul “Pengaruh *Attraction Factors*, *Physical Presence*, dan *Location* terhadap *Mall Patronage* pada Pusat Perbelanjaan di Tangerang”, maka disimpulkan bahwa:

1. *Buying performance* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan pada *frequency of visits*.
2. *Entertainment* sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *frequency of visits*.
3. *Entertainment* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *time spent per visit*.
4. *Social activities* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *frequency of visits*.
5. *Social activities* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *time spent per visit*.
6. *Physical atmosphere* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *frequency of visits*.
7. *Physical atmosphere* di sebuah pusat perbelanjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *time spent per visit*.
8. *Mall size* tidak lebih berpengaruh terhadap *frequency of visits* daripada *mall distance*.

Hasil uji hipotesis terhadap 9 hipotesis yang ada memberi output bahwa hipotesis 1, hipotesis 2a & 2b, hipotesis 3a & 3b, hipotesis 4a & 4b, dan hipotesis 5 tidak berpengaruh signifikan terhadap *frequency of visits* dan *time spent per visit*. *Location* menjadi variabel yang hampir signifikan bagi variabel dependen *frequency of visits* serta nilai rata-rata baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung mengutamakan jarak pusat perbelanjaan yang dekat untuk kunjungan lebih sering. *Physical atmosphere* menjadi variabel yang hampir

signifikan bagi variabel dependen *time spent per visit* serta nilai rata-rata sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung mengutamakan aspek berwujud seperti area parkir, ukuran pusat perbelanjaan, tampilan, kebersihan, dan keamanan untuk menghabiskan waktu lebih lama di pusat perbelanjaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan, penulis memberikan saran bagi beberapa pihak berikut.

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Perusahaan pusat perbelanjaan yang sudah dibangun seperti Summarecon Mall Serpong, AEON Mall BSD City, dan The Breeze BSD City dapat meningkatkan *attraction factors* masing-masing seperti Summarecon Mall Serpong yang terkenal dengan kelengkapannya, AEON Mall BSD City yang terkenal karena konsep Jepang, dan The Breeze BSD City yang populer karena konsep *open space*-nya. Pusat perbelanjaan yang sudah ada dapat meningkatkan daya tarik seperti memperluas ukuran, melakukan renovasi, menambah fasilitas hingga *tenant mix* atau acara menarik sebagai unsur *entertainment*.

Teruntuk perusahaan yang merencanakan pembangunan pusat perbelanjaan, perancangan desain, ukuran, fasilitas, konsep, serta lokasi yang tepat sehingga menarik konsumen di sekitar maupun di luar *primary trading area* untuk berkunjung bahkan memiliki *mall patronage* yang tinggi melalui kunjungan yang sering hingga menghabiskan waktu yang lama saat berkunjung ke pusat perbelanjaan tersebut. Pemilihan konsep akan berpengaruh terhadap pemilihan lokasi hingga *tenant mix* yang akan mengisi suatu pusat perbelanjaan. Sebaiknya perusahaan memperhatikan aspek *purchase power* di suatu tempat sebelum merencanakan pembangunan pusat perbelanjaan agar pusat perbelanjaan berpotensi untuk *fit-in* dalam lokasi tersebut.

### 5.2.2 Saran untuk Studi

Teruntuk individu yang ingin melakukan penelitian mengenai *attraction factors* sebuah pusat perbelanjaan diharapkan dapat menggunakan indikator yang tepat serta pemilihan objek penelitian yang tepat. Terdapat pernyataan dalam indikator *buying performance* seperti kecenderungan pengunjung untuk mengunjungi pusat perbelanjaan dengan banyak merek mewah menandakan objek penelitian yang tepat bagi studi ini adalah pusat perbelanjaan yang memenuhi indikator tersebut. Mereka yang ingin melakukan penelitian mengenai *mall patronage* dapat membuat indikator yang pasti untuk mengukur kedua variabel dependen yaitu *frequency of visits* dan *time spent per visit* sehingga memudahkan proses pengolahan data. Pengambilan sampel yang tepat juga membantu hasil penelitian lebih akurat.

