

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Konsumen Mall Malioboro Yogyakarta mayoritas adalah perempuan, dengan usia sekitar 15-25 tahun. Latar belakang pendidikan mayoritas adalah SLTA/SMU dengan tingkat pendapatan sekitar Rp 1.000.000,00. Dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Jenis barang yang konsumen beli mayoritas adalah barang spesial dengan alasan berbelanja di Mall Malioboro karena barangnya lengkap. Konsumen mendapatkan informasi mengenai Mall Malioboro dari lingkungan sosial. Untuk frekuensi belanja konsumen melakukan secara rutin dan tanggapan setelah melakukan pembelian adalah sangat puas. Mereka berbelanja di Mall Malioboro untuk memenuhi kebutuhan penghargaan.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan dengan faktor motivasi yang terdiri dari Kebutuhan Fisiologis, Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Penghargaan, dan Kebutuhan Aktualisasi Diri. Ini dibuktikan dengan uji Chi Square yang didapatkan Chi Square hitung seluruhnya lebih besar dari Chi Square tabel.

3. Berdasarkan analisis koefisien kontingensi didapatkan bahwa umur dengan penghargaan mempunyai hubungan yang paling erat dibanding dengan yang lainnya.
4. Berdasarkan analisis koefisien kontingensi terdapat hubungan yang tidak erat antara gender dengan kebutuhan sosial, umur dengan kebutuhan fisiologis, umur dengan kebutuhan keamanan dan keselamatan, umur dengan kebutuhan sosial, pendidikan dengan kebutuhan keamanan dan keselamatan, pendidikan dengan kebutuhan sosial, pekerjaan dengan kebutuhan fisiologis, pekerjaan dengan kebutuhan sosial, pendapatan dengan kebutuhan sosial.
5. Faktor dominan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro adalah untuk memenuhi kebutuhan penghargaan (*prestise*) terbukti dengan jawaban responden yang setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 81 orang.

## 5.2. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan berkaitan dengan Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.

1. Disarankan pihak manajemen Mall Malioboro memperhatikan hubungan antara umur dengan kebutuhan penghargaan karena berdasarkan penelitian variabel mempunyai hubungan yang paling erat dibanding hubungan yang lainnya yaitu dengan tetap menawarkan produk dengan berbagai macam barang berdasarkan umur yang berkualitas dan dijamin

keasliannya, karena konsumen merasa lebih bangga membeli produk-produk di Mall Malioboro. Selain itu pihak Mall Malioboro harus meningkatkan fasilitas penunjang lainnya seperti *Lift*, tempat parkir yang aman dan nyaman, pelayanan dalam melayani konsumen, serta penyusunan *Lay out*, tujuannya untuk mempertahankan konsumen serta menarik calon pembeli.

2. Pihak manajemen Mall Malioboro harus memperhatikan hubungan jenis kelamin dengan kebutuhan sosial yang berdasarkan penelitian merupakan variabel yang mempunyai hubungan yang paling tidak erat. Saran yang diusulkan adalah manajemen agar lebih intensif mengenalkan Mall Malioboro kepada masyarakat dengan harapan dapat lebih banyak menarik kunjungan dari masyarakat yang akhirnya akan mempengaruhi konsumen yang lain. Ini dapat dilakukan dengan iklan-iklan di media masa atau dengan mengadakan event-event di Mall Malioboro seperti, *launching* suatu produk, perlombaan, dan pameran di Mall Malioboro.