

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisa data dalama penelitian ini, dapat disimpulkan:

1. Rak atau daerah yang paling banyak dilalui oleh pengunjung adalah pada bagian *fresh produce* dan bagian makanan ringan, oleh karenanya rak tersebut diletakkan pada bagian belakang. Diharapkan pengunjung mungkin akan tertarik membeli barang-barang lainnya pada saat mereka melewati rak-rak yang lain. Jadi penempatan dan pengaturan tata letak rak pada Giant *Hypermart* Pondok Tjandra Sidoarjo sudah cukup baik dan teratur.
2. Lama waktu yang dihabiskan oleh pengunjung kebanyakan adalah antara satu hingga dua jam (58,7%),
3. Volume uang yang dibelanjakan responden dengan penghasilan Rp 1-2jt cukup signifikan (44%).
4. Pengunjung pada Giant *Hypermart* Pondok Tjandra Sidoarjo mayoritas datang untuk membeli sesuatu (57,6%).
5. Rak pada bagian depan dari Giant merupakan stan yang jarang dilalui oleh pengunjung, karena daya tarik yang kurang pada bagian gang-gang didepan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Giant *Hypermart* Pondok Tjandra Sidoarjo

1. Dihimbau sebaiknya rak-rak pada bagian depan diberi daya tarik yang baik, sehingga pengunjung dapat tertarik untuk melihat atau membeli barang yang berada pada rak bagian depan. Contoh, pemberian diskon besar-besaran pada stan depan, rak ditata lebih menarik, dll.
2. Dihimbau Giant memberikan fasilitas yang lebih kepada pengunjung, sehingga menjadi daya tarik yang lebih untuk pengunjung. Contoh, bebas parkir, memberikan bonus-bonus yang besar untuk pembelian yang banyak, dll.

5.2.2 Saran untuk Penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian mengenai perilaku pejalan kaki jarang dilakukan, terutama di Indonesia. Penelitian ini hanya merupakan sebagian kecil penelitian tentang perilaku pejalan kaki di pusat perbelanjaan. Dari penelitian ini ada masalah penting yang dapat diteliti lebih lanjut yaitu:

- 1 Penelitian perilaku pejalan kaki secara *visual* atau menggunakan fasilitas *video camera*. Penelitian ini berguna untuk dapat melihat lebih jelas tentang perilaku (aktifitas) pejalan kaki selama di pusat perbelanjaan.
- 2 Pembuatan program yang dapat berguna untuk pusat perbelanjaan yang bersangkutan , terutama untuk menentukan harga sewa.