

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan yang berbelanja di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung mayoritas kaum wanita dengan rentang usia 17 – 25 tahun dan berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa
2. Perilaku belanja Wisatawan di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung, terdiri dari perilaku belanja yang rasional yaitu wisatawan yang berperilaku belanjanya menggunakan pendekatan tujuan artinya wisatawan berperilaku belanja memiliki tujuan yang jelas.
3. Segmentasi wisatawan yang berbelanja di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung, berdasarkan usia adalah wisatawan muda yaitu wisatawan yang memiliki rentang usia antara 17 – 25 Tahun. Kelompok atau segmentasi wisatawan yang berbelanja di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung berdasarkan jenis kelamin adalah wisatawan yang berjenis kelamin wanita sedangkan kelompok wisatawan yang berbelanja di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung berdasarkan status sosio-ekonomi adalah wisatawan dengan status sosio ekonomi menengah – atas.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan dan temuan dari hasil analisis yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, peneliti mengajukan rekomendasi sebagai berikut:

1. Mengingat mayoritas wisatawan yang berbelanja di Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung adalah kaum wanita dengan rentang usia antara 17 – 25 tahun, peneliti merekomendasikan sebaiknya produk atau barang yang dijual di tempat ini lebih banyak produk yang banyak oleh kaum muda dengan model, corak, variasi warna yang sesuai dengan selera rentang usia tersebut.

2. Produk *fashion* merupakan produk yang rentan dan peka terhadap perubahan, untuk itu penulis merekomendasikan agar pihak Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung selalu melakukan *update* baik menyangkut model, corak, variasi warna sesuai dengan perubahan *trend* mode yang terjadi.
3. Untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berbelanja, penulis merekomendasikan sebaiknya pihak Rumah Mode *Factory Outlet* Bandung menerapkan konsep *one stop shopping*, apa yang dibutuhkan selain produk *fashion* tersedia seperti konsep yang dikembangkan oleh Toko Krishna di Denpasar Bali.
4. Diharapkan ada peneliti lain yang berminat untuk meneliti perilaku belanja wisatawan dengan menggunakan selain variabel atau faktor yang digunakan dalam penelitian ini.