BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1 Berdasarkan hasil analisis faktor dengan menggunakan metode komponen utama dan metode pemfaktoran sumbu utama pada data faktor penyebab kunjungan konsumen Bandung Indah Plaza (BIP) dengan lima belas variabel dan 100 responden dapat dikelompokkan menjadi empat faktor umum. Pengelompokkan tersebut diperoleh berdasarkan pada kriteria penentuan jumlah faktor umum (m). Dua kriteria dari tiga kriteria yang digunakan menyarankan bahwa pengambilan banyaknya faktor umum dalam data kunjungan konsumen tersebut adalah empat buah.

2 Empat faktor umum yang diperoleh yaitu: Faktor Internal, Fasilitas Promo/diskon, Faktor Lokasi dan Faktor Produk. Perbedaan hasil penggunaan metode komponen utama dan metode pemfaktoran sumbu utama terlihat pada variabel yang berkorelasi pada faktor umum. Pada metode komponen utama variabel Kenyamanan, Dekorasi, Keamanan, Pelayanan Personal, Kualitas Produk dan Kebersihan berpengaruh terhadap Faktor Internal. Variabel Banyaknya toko/layananan, Hiburan, Promo/diskon dan Undian Berhadiah berpengaruh terhadap Fasilitas Promo/diskon. Variabel Lokasi dan Kemudahan Mencapai Lokasi

berpengaruh terhadap Faktor Lokasi. Variabel Produk terkini dan Harga Produk berpengaruh terhadap Faktor Produk. Variabel Kelengkapan Fasilitas tidak berpengaruh terhadap faktor umum manapun. Pada metode pemfaktoran sumbu utama variabel yang berpengaruh terhadap Faktor Internal dan Fasilitas Promo/diskon sama dengan hasil yang diperoleh dengan metode komponen utama. Akan tetapi pada Faktor Lokasi, hanya terdapat Variabel Lokasi dan pada Faktor Produk hanya terdapat variabel Produk Terkini yang berpengaruh. Variabel Kelengkapan Fasilitas, Kemudahan Mencapai Lokasi, Banyaknya Toko/layananan dan Harga Produk tidak berpengaruh terhadap faktor umum manapun.

3 Model faktor untuk data faktor kunjungan konsumen Bandung Indah Plaza (BIP) adalah

$$\underset{15x1}{\mathbf{X}} - \underset{15x1}{\boldsymbol{\mu}} = \underset{15x4}{\mathbf{L}}\ \underset{4x1}{\mathbf{F}} + \underset{15x1}{\boldsymbol{\varepsilon}}$$

Nilai RMSR (*Root Mean Square Residual*) analisis faktor dengan metode komponen utama adalah 0,1073 dan nilai RMSR analisis faktor dengan metode pemfaktoran sumbu utama adalah 0,0627, nilai RMSR analisis faktor dengan metode pemfaktoran sumbu utama lebih kecil daripada nilai RMSR analisis faktor dengan metode komponen utama. Dengan demikian estimasi parameter analisis faktor dengan menggunakan metode pemfaktoran sumbu utama pada data penyebab kunjungan konsumen Bandung Indah Plaza (BIP) lebih baik dari pada penggunaan analisis faktor dengan menggunakan metode komponen utama

4 Hasil analisis faktor memberikan informasi kepada manajemen Bandung Indah Plaza (BIP) untuk memperhatikan dan meningkatkan Faktor Internal yang terdiri dari variabel Kenyamanan, Dekorasi, Keamanan, Pelayanan Personal, Kualitas Produk dan Kebersihan. Karena variabel-variabel tersebut terbukti mencakup 19,999 % hingga 22,794 % terhadap penyebab kunjungan konsumen Bandung Indah Plaza (BIP).

5.2 Saran

Berdasarkan tugas akhir ini penulis memiliki beberapa saran bagi para pembaca. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1 Bagi peneliti yang tertarik dengan analisis faktor dapat menggunakan perbandingan beberapa metode yang lain, seperti maximum likelihood, analisis faktor kanonik, analisis faktor alpha dan lain sebagainya dan diterapkan pada kasus *Heywood* dimana nilai komunalitasnya lebih dari 1 sehingga menyebabkan nilai varians spesifiknya kurang dari 0.

2 Untuk lebih memperkaya pengetahuan matematika dapat menggali lebih dalam tentang transformasi *oblique* dan penerapannya terhadap analsis faktor untuk memperoleh model faktor *oblique*.

3 Bagi peneliti yang tertarik dengan analisis faktor dapat menggunakan hasilnya untuk digunakan untuk observasi lanjut dengan menerapkannnya pada analisis multivariat yang lain seperti analisis regresi, analisis *cluster*, analisis kanonik dan lain sebagainya.