

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan *path analysis*, antara *ambient condition*, *spatial layout and functionality*, dan *sign, symbol and artifacts* terhadap keputusan berkunjung pada Braga City Walk, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran dari pelaksanaan dimensi *ambient condition* Braga City Walk dapat dilihat dari dimensi-simensinya yaitu *ambient condition*, *spatial layout and functionality*, dan *sign, symbol and artifacts* memperoleh nilai yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bangun Mitra Mandiri (Braga City Walk) pada umumnya telah memperhatikan lingkungan fisik dengan baik. Pengunjung Braga City Walk di dominasi oleh perempuan dengan usia paling banyak sampai pada usia 25 tahun. Hal ini dikarenakan *resegmenting* yang dilakukan oleh Braga City Walk yang semula menargetkan kalangan bisnis, kini berganti menjadi kalangan muda usia remaja hingga dewasa awal. Penilaian tertinggi pengunjung terhadap *servicescape* Braga City Walk ada pada sub variabel *ambient conditions* yaitu pada aspek suhu/temperatur dimana Braga City Walk di desain dengan baik sehingga memiliki siklus udara yang baik pula. Sedangkan

penilaian terendah pengunjung ada pada dimensi *spatial layout and functionality* yaitu pada aspek keberagaman toko dengan produk-produk *branded*. Hal ini dikarenakan Braga City Walk sudah tidak menyediakan tenan atau toko dengan *brand* yang sudah diketahui dengan baik oleh kosumen, salah satunya Braga City Walk sudah menutup *anchor tenant* seperti Carrefour dan The Body Shop beberapa tahun yang lalu namun belum menggantinya dengan *tenant-tenant* yang sesuai dengan segmen pasar mereka yang baru.

2. Gambaran dari pelaksanaan keputusan berkunjung pada Braga City Walk dapat dijelaskan melalui indikator untuk mengukur tingkat keputusan kunjungan konsumen yang terdiri dari pemilihan mal, pemilihan merek (nama pusat belanja), pemilihan penyalur, pemilihan waktu kunjungan, jumlah kunjungan, dan pemilihan metode pembayaran. Dari dimensi keputusan berkunjung tersebut, dimensi pilihan mal dengan indikator kenyamanan suasana mal memiliki nilai tertinggi, hal ini karena desain tata letak dan suasana mal dirancang dengan baik sehingga pengunjung dapat menghabiskan waktu dengan santai dan nyaman, terlebih lagi Braga City Walk menyediakan fasilitas seating area yang dapat dimanfaatkan pengunjung untuk bersantai dan menikmati suasana mal. Dimensi yang memiliki nilai terendah adalah jumlah kunjungan ke Braga City Walk dengan indikator tunggalnya yaitu frekuensi kunjungan ke Braga City Walk. Hal ini dikarenakan rata-rata pengunjung mengunjungi Braga City Walk kurang dari 1x dalam sebulan, ini dapat dipengaruhi juga oleh sikap

pengunjung yang tidak memiliki loyalitas dan gemar berpindah-pindah ke pusat belanja yang lain.

3. Penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout and functionality*, dan *sign, symbol & artifacts* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Braga City Walk. Sub variabel yang paling tinggi nilai pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung pada Braga City Walk adalah *ambient conditions*. Suasana yang dibentuk oleh Braga City Walk memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk beraktifitas atau sekedar untuk menghabiskan waktu. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi persepsi pengunjung terhadap *servicescape* maka semakin besar keputusan untuk mengunjungi Braga City Walk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan dan perkembangan Braga City Walk.

1. Pada *servivcescape* yang dilakukan oleh Braga City Walk yang memiliki nilai terendah adalah *spatial layout* dan *functionality*. Rekomendasi yang diberikan adalah agar Braga City Walk lebih memperhatikan mengenai penyediaan toko-toko dengan produk yang beragam dan *branded*, agar pengunjung yang datang tidak merasa bosan dan dapat berbelanja, ataupun apabila pengunjung hanya melakukan *window shopping* maka mereka

akan merasa puas setelah mendatangi Braga City Walk, sehingga akan ada kemungkinan pengunjung akan memiliki kepuasan serta akan melakukan kunjungan kembali ke Braga City Walk.

2. Keputusan berkunjung pada Braga City Walk yang mendapat nilai terendah adalah frekuensi kunjungan konsumen. Hal ini karena pengunjung memiliki tingkat loyalitas yang rendah. Berdasarkan hasil angket yang telah disebar, dapat dilihat dari usia dan pendapatan segmen pasar, mayoritas pengunjung hanya sesekali mengunjungi Braga City Walk dengan tujuan ke bioskop. Pengunjung hanya mengunjungi Braga City Walk apabila ingin berkunjung ke bioskop, sedangkan untuk tujuan dan keperluan lainnya mereka akan memilih mall lain untuk dikunjungi. Rekomendasi yang diberikan adalah agar Braga City Walk memperhatikan fasilitas-fasilitas yang ada, dan menghadirkan konsep-konsep baru sesuai segmen pasar yang dituju.
3. Secara umum *servicescape* terbukti dapat mempengaruhi keputusan mengunjungi konsumen. Namun untuk dapat meningkatkan keputusan kunjungan konsumen Braga City Walk harus lebih memperhatikan suasana yang ada di dalam mal. Hal ini dikarenakan *ambient conditions* pada *servicescape* memiliki nilai tertinggi dari para pengunjung Braga City Walk. Kebisingan dalam area mal saat musim hujan akan menjadi sangat tinggi, kebisingan tersebut bahkan dapat terdengar sekalipun pengunjung berada dalam gedung bioskop. Sehingga rekomendasi yang diberikan adalah agar Braga City Walk dapat mensiasati atau menata kembali bagian

atas atau atap agar dapat menambah kenyamanan pengunjung, serta memperbaiki bagian yang bocor saat musim hujan. Untuk aspek pewarnaan, gedung baik bagian dalam ataupun bagian luar sudah terlihat kurang meriah lagi, sehingga ada baiknya apabila dilakukan pengecatan ulang dengan warna-warna yang menarik.

4. Sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya di Braga City Walk, para peneliti selanjutnya dapat melakukan pengamatan yang mencakup manajemen Braga City Walk, tidak terbatas hanya pada pengunjung Braga City Walk saja, karena manajemen juga perlu diteliti sejauh mana strategi-strategi yang mereka terapkan dapat berjalan dengan baik.