

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil analisis spasial yang telah dilakukan adalah sebagai berikut

1. Dari metode *Thiessen Polygon* didapatkan hasil bahwa rata-rata luas daerah cakupan tempat berbelanja utama lebih besar dibandingkan pilihan tempat berbelanja alternatif. Metode *Buffer* memberikan hasil yang berbeda, dimana rata-rata luas daerah cakupan tempat berbelanja alternatif lebih besar dibandingkan tempat berbelanja utama. Hasil ini menunjukkan ketidaksesuaian antara luas cakupan layanan suatu lokasi belanja dengan luas jangkauan lokasi belanja pilihan responden terhadap lokasi belanja. Lebih lanjut hal ini menunjukkan bahwa kedekatan lokasi belanja dengan tempat tinggal tidak memastikan pelaku belanja akan memiliki lokasi belanja yang terdekat dengannya.
2. Luas daerah cakupan dari masing-masing minimarket, pasar, dan supermarket berbeda-beda secara signifikan. Minimarket memiliki cakupan yang paling kecil. Jarak rata-rata dari tempat tinggal ke minimarket, pasar, dan supermarket adalah 0,45 km, 1,80 km, dan 1,89 km. Analisis menunjukkan bahwa pelaku belanja memilih lokasi belanja, baik untuk perjalanan ke lokasi belanja utama atau alternatif serta untuk jenis lokasi belanja supermarket, pasar maupun minimarket, tidak hanya mempertimbangkan jarak dari tempat tinggal, namun juga mempertimbangkan durasi dan biaya perjalanan.

5.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan moda transportasi yang digunakan untuk menuju lokasi belanja utama maupun alternatif serta masing-masing jenis tempat belanja.

2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan data seluruh lokasi berbelanja yang ada di lokasi studi, sehingga dapat diketahui distribusi besaran ketertarikan tiap jenis lokasi belanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Applebaum, W. (1951), “*Studying customer behavior in retail stores*”, (Online), *Journal of Marketing* Vol. 16, No. 2, (<http://www.ecu.edu/cs-cas/anth/nuevosouth/upload/studyingcustomerbehaviorinretailstores090623023217-phpapp01-slideshare.pdf>, diakses Januari 2018)
- Aryanti, T. (2011), “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Tempat Belanja Dengan Pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Depok)”, (Online), *Jurnal Skripsi Manajemen*, (<http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/1356/1/11207120.pdf>, diakses pada Juni 2018)
- Ayuningsasi, A.A.K. (2013), “Analisis faktor penentu preferensi konsumen dalam berbelanja ke pasar tradisional di Kota Denpasar: analisis faktor”, (Online), *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* 2013 Vol. 6, No. 1, (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/4511>, diakses Januari 2018)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016), Kota Bandung dalam angka 2016. (<https://bandungkota.bps.go.id/publication/2016/07/15/e1f27d4d9f7cadf8fc33a9a/kota-bandung-dalam-angka-2016.html>, diakses Januari 2018)
- Bok, Jinjoo dan Youngsang Kwon. (2016), “*Comparable Measures of Accessibility to Public Transport Using the General Transit Feed Specification*”, (Online), *Sustainability* 2016, 8(3), 224, (<http://www.mdpi.com/2071-1050/8/3/224>, diakses Januari 2018)
- Chandramohan, K. dan R. Vijaya. (2017), “*Hydrologic Computations of SCS-CN, Rational, Area velocity and Tc Methods for Quantifying the Forest Surface Water Runoff - A case study in Sirumalai hill environs of Sathiyar Reservoir, Madurai, Tamil Nadu, India*”, (Online), *IRJET*, Vol. 04, Issue 04, Apr 2017, (<https://irjet.net/archives/V4/i4/IRJET-V4I4133.pdf>, diakses Mei 2018)
- Chiara, J. D. dan Crosbie, M. J., 2001. *Time Saver Standart For Building Types: 4th Edition*. Singapore: McGraw – Hill

- Escobar, F. dkk. (1999). “*Introduction to GIS*”, (Online), *GIS self learning tools, the University of Melbourne, Department of Geomatics*, (<http://www.geogra.uah.es/patxi/gisweb/GISModule/GISTheory.pdf>, diakses Juni 2018)
- Gould, J. dan Thomas F. Golob. (1997), “*Shopping Without Travel or Travel Without Shopping? An Investigation of Electronic Home Shopping*”, (Online), *Transport Reviews*, 1997, Vol. 17, No. 4, 335-376, (https://www.researchgate.net/publication/242673433_Shopping_Without_Travel_or_Travel_Without_Shopping_An_Investigation_of_Electronic_Home_Shopping, diakses Februari 2018)
- Halsall, Steven. (2001), “*Identifying the Real Catchments of UK Shopping Locations*”, (Online), *the agi conference at GIS 2001*, ([https://www.geos.ed.ac.uk/~gisteac/proceedingsonline/AGI2001/TRACK%201/\(3\)From%20CRM%20to%20decision%20support/T1.4.pdf](https://www.geos.ed.ac.uk/~gisteac/proceedingsonline/AGI2001/TRACK%201/(3)From%20CRM%20to%20decision%20support/T1.4.pdf), diakses Januari 2018)
- Heywood, I., Cornelius, S., dan Carver, S. (2011), *An Introduction to Geographical Information Systems* (Fourth Edition). Pearson Education.
- Huisman, Otto dan Rolf A. de By (ed.), (2009)), *Principles of Geographic Information Systems: An introductory textbook*. ITC Educational Textbook Series; 1.
- Joewono, T.B. (2017), *Interaksi ICT. Perjalanan Berbelanja dan Angkutan Publik. Hibah Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi. Laporan Penelitian*. Universitas Katolik Parahyangan. Bandung
- Loidl, Martin, dkk. (2016), “*GIS and Transport Modeling-Strengthening the Spatial Perspective*”, (Online) *ISPRS International Journal of Geo-Information* 2016, 5, 84, (www.mdpi.com/2220-9964/5/6/84/pdf, diakses Mei 2018)
- Miller, James. (2011), “*Spatial Analysis*”, (Online), *An Experian White Paper*, (<http://www.experian.co.uk/assets/business-strategies/white-papers/wp-spatial-analysis.pdf>, diakses Januari 2018)
- Oktafia, Dian. (Tanpa tahun). *Sistim Informasi Geografis (SIG)*. (Online), *Bahan Ajar Universitas Gunadarma (AK-011225)*,

- (<http://doktafia.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/30525/SISTEM+INF+ORMASI+GEOGRAFIS++1.pdf>, diakses Mei 2018)
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
- Shanthi, R. dan Desti Kannaiah. (2015), “*Consumer’ Perception on Online Shopping*”, (Online), *Journal of Marketing and Consumer Research* Vol. 13,
(<https://researchonline.jcu.edu.au/39753/1/Dr.%20Desti%20Consumers%20perception%20on%20Online%20Shopping.pdf>, diakses Februari 2018)
- Thornton, L.E., Pearce, J.R., dan Kavanagh, A.M. (2011), “*Using Geographic Information Systems (GIS) to assess the role of the built environment in influencing obesity: a glossary*”, (Online), *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 2011 Vol. 8, No. 71,
(<https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/1479-5868-8-71>, diakses Januari 2018)
- Widaningrum, D.L. (2015), “*A GIS – Based approach for catchment area analysis of convenience store*”, (Online), *The Third Information Systems Internasional Conference*,
(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915036194>, diakses Januari 2018)
- Wieland, T. (2017), “*Market area analysis for retail and service location with MCP*”, (Online), *The R Journal* Vol. 9, No. 1,
(<https://journal.rproject.org/archive/2017/RJ-2017-020/RJ-2017-020.pdf>, diakses Januari 2018)
- Zuliani, Siti. (2005), Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang, (Online), Semarang: Universitas Negeri Semarang, (<http://lib.unnes.ac.id/2355/1/1521.pdf>, diakses Januari 2018)