

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab perumusan masalah penelitian yang telah diajukan pada bab pertama. Setelah melakukan serangkaian penelitian dengan melakukan analisis data dan pengujian hipotesis pada pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen FamilyMart Cipete Selatan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel suasana toko berpengaruh signifikan terhadap emosi konsumen.
- b. Variabel suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Variabel emosi konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
- d. Variabel emosi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen.

Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, dengan hasil bahwa koefisien pengaruh langsung lebih besar daripada koefisien pengaruh tidak langsung, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang sebenarnya adalah pengaruh langsung.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis mencoba memberikan saran kepada perusahaan yang mungkin dapat menjadi masukan bagi perusahaan khususnya dalam merancang suasana toko. Seyogyanya FamilyMart Cipete Selatan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penciptaan suasana toko yang nyaman dan menyenangkan dengan berbagai usaha. Selain itu komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian harus makin ditingkatkan agar dapat menjadi faktor pendukung dan menstimulasi pada terbentuknya emosi positif pengunjung, yang tentunya akan berpengaruh pada keputusan pembelian