

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari serangkaian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai Promosi Penjualan, *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian produk Matahari *Department Store* Kalibata melalui Emosi Konsumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, promosi penjualan yang diberikan oleh Matahari *Department Store* Kalibata mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Matahari.
- b. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, *Store Atmosphere* yang dilakukan oleh Matahari *Department Store* Kalibata mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Matahari.
- c. Promosi penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen. Artinya, promosi penjualan yang diberikan oleh Matahari *Department Store* Kalibata tidak mempengaruhi keputusan pembelian melalui emosi konsumen pada konsumen Matahari.
- d. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen. Artinya, *Store Atmosphere* yang diberikan oleh Matahari *Department Store* mempengaruhi keputusan pembelian melalui emosi konsumen pada konsumen Matahari.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan saran untuk menjadi masukan bagi Matahari *Department Store* sebagai berikut:

- a. Pada variabel promosi penjualan, peneliti menyarankan manajemen perusahaan sangat perlu dalam menaruh perhatian lebih pada

peningkatan promosi penjualan khususnya pada diskon guna menarik konsumennya untuk berbelanja di Matahari *Department Store* Kalibata karena pada saat ini pun Matahari *Department Store* Kalibata masih terus mengembangkan inovasinya untuk mempertahankan dan menambah pelanggannya didalam persaingan ritel yang kini semakin ketat.

- b. Pada variabel *Store Atmosphere*, peneliti menyarankan perusahaan Matahari *Department Store* Kalibata mempertahankan suasana-suasana yang sudah ada dan memperbaiki suasana toko yang kurang baik seperti memberikan pencahayaan toko yang nyaman dalam upaya meningkatkan penjualan.
- c. Pada variabel emosi konsumen, peneliti menyarankan perusahaan Matahari *Department Store* Kalibata mampu mendorong konsumen supaya memiliki kemauan untuk berkomunikasi dengan tenaga penjual sehingga memberikan emosi positif dalam meningkatkan keputusan pembelian.

