

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Studi ini dilaksanakan untuk melihat sebesar apa efek atau pengaruh dari Atmosfir Toko dan Faktor Sosial kepada Keputusan Pembelian Konsumen melalui *Emotional Response* yang dirasakan oleh konsumen saat berbelanja di toko-toko ritel perlengkapan bayi di ITC Mangga Dua. Hasil analisis data menggunakan *software* SPSS dari ketujuh hipotesis penelitian ini bisa disimpulkan dibawah ini:

1. Atmosfir Toko dan Faktor Sosial yang dirasakan oleh konsumen terbukti tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara individu terhadap *Emotional Response*.
2. Atmosfir Toko dan Faktor Sosial yang dirasakan oleh konsumen terbukti tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara individu kepada Keputusan Pembelian Konsumen.
3. *Emotional Response* yang dirasakan oleh konsumen terbukti berpengaruh dan signifikan secara individu kepada Keputusan Pembelian Konsumen, sehingga pedagang atau pengusaha perlengkapan bayi harus lebih memperhatikan cara untuk meningkatkan emosi konsumen yang positif untuk meningkatkan penjualan di toko.
4. Atmosfir Toko dan Faktor Sosial yang dirasakan oleh konsumen terbukti berpengaruh secara simultan tetapi tidak signifikan terhadap *Emotional Response*. Secara bersamaan, kedua hal seperti atmosfir toko dan faktor sosial dapat berpengaruh kepada emosi positif konsumen. Ini mengindikasikan bahwa pedagang atau pengusaha tetap harus memperhatikan suasana serta karyawan di dalam toko, karena secara tidak langsung hal tersebut dapat membangun emosi positif di konsumen.
5. Atmosfir Toko dan Faktor Sosial yang dirasakan oleh konsumen melalui *Emotional Response* terbukti memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan kepada Keputusan Pembelian Konsumen. Oleh karena itu; faktor-faktor seperti atmosfir toko, faktor sosial dan emosi konsumen harus ditingkatkan di dalam toko karena dapat membuat konsumen untuk melakukan transaksi pembelian.

## 5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan keterbatasan peneliti dalam melakukan studi ini; apabila terdapat penelitian yang memiliki kesamaan objek, variabel atau peneliti selanjutnya menggunakan penelitian ini sebagai studi pendahuluan, maka berikut adalah beberapa saran untuk penelitian seterusnya:

1. Menambahkan atau mengubah variabel independen agar dapat menguji pengaruh variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh lebih terhadap variabel *intervening* ataupun variabel terikat.
2. Jumlah sampel dikembangkan atau diperbanyak pada penelitian selanjutnya, dengan harapan bisa mengumpulkan data yang lebih beragam dan lebih akurat.
3. Penelitian bisa dilakukan pada tempat lain yang belum diteliti seperti daerah diluar Jakarta.
4. Untuk penelitian selanjutnya, analisis data bisa dilakukan dengan metode SEM (*Structural Equation Modelling*).
5. Penelitian ini juga dapat diterapkan pada industri lainnya, seperti dalam industri kuliner.

## 5.3 Saran untuk Pedagang atau Pengusaha Toko Ritel Perlengkapan Bayi di ITC Mangga Dua

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan oleh pedagang atau pengusaha toko ritel perlengkapan bayi di ITC Mangga Dua:

1. Memperbaiki tampilan toko dan memberikan pelatihan terhadap karyawan agar lebih profesional.
2. Menerapkan interaksi personal yang dapat menimbulkan emosi positif dari konsumen dengan cara seperti menanyakan kabar pelanggan, bercerita dengan pelanggan, dan lainnya.
3. Memberikan harga yang murah kepada konsumen.
4. Memperbanyak variasi atau brand dari produk yang dijual, sehingga konsumen dapat menemukan apa yang dicari dan dibutuhkan di dalam toko.