

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diuji, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atmosfer Toko berpengaruh signifikan terhadap Nilai Belanja Hedonis. Hasil ini membuktikan bahwa atmosfer yang dibangun oleh Loka Supermarket Malang City Point mampu memenuhi nilai hedonis yang diinginkan konsumen.
2. Atmosfer Toko berpengaruh signifikan terhadap Pembelian tidak Terencana. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa atmosfer toko yang ditata oleh Loka Supermarket Malang City Point mampu menciptakan suasana yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian yang tidak terencana.
3. Nilai Belanja Hedonis berpengaruh signifikan terhadap Pembelian tidak Terencana. Hasil ini membuktikan bahwa konsumen yang memiliki sifat hedonis dan mengisi waktu luangnya datang ke Loka Supermarket Malang City Point dan melakukan pembelian hedonis.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Loka Supermarket Malang City Point diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan indikator dari Atmosfer Toko dengan tujuan untuk memuaskan Nilai Belanja Hedonis para konsumen.
2. Loka Supermarket Malang City Point diharapkan untuk meningkatkan indikator Atmosfer toko untuk mendorong terjadinya Pembelian tidak Terencana agar meningkatnya penjualan Loka *Supermarket* Malang City Point.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan variabel-variabel lain yang belum terdapat pada penelitian ini.