

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Atribut Toko Terhadap Motif Belanja Hedonik. Atribut Toko tersebut terdiri dari *Facility and Location Convenience* (Kenyamanan Fasilitas dan Lokasi), *Service Convenience* (Kenyamanan Pelayanan), *Neat/Spacious Atmosphere* (Suasana yang Lapang dan Rapi), *Fashion Goods* (Barang Fashion), dan *Store Atmosphere*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terbukti Atribut toko dapat mempengaruhi motif belanja setiap konsumen
2. Terbukti dengan adanya Atribut toko yang menarik nilai dari motif belanja konsumen meningkat sebesar 4,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Menciptakan suatu hal unik baru yang membuat suasana toko menjadi suatu tongkrongan bagi para pembelanja hedonik. tongkrongan yang dimaksud disini adalah suatu hal yang menciptakan konsumen menjadi loyal
2. Pelayanan karyawan/ spg/ pramuniaga tidak berpengaruh besar terhadap motif belanja karna pada era saat ini para konsumen sudah menggunakan sistem *self-service*

5.3 Keterbatasan penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk yang akan datang. Adapun keterbatasan ini meliputi

1. Kurangnya keseriusan dari beberapa responden untuk menjawab pertanyaan dikarenakan kesibukan dari beberapa responden
2. Rentang waktu penelitian responden yang diambil hanya berjangka 2 bulan saja
3. Beberapa responden masih cenderung enggan menjawab dengan serius sehingga terkumpul banyak jawaban-jawaban bias

