

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Musik terbukti berpengaruh positif terhadap emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Musik yang dibentuk atau disediakan oleh Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya merupakan faktor penting untuk mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen menilai sebuah toko berdasarkan pengalaman mereka atas toko tersebut. Jika toko tersebut memiliki background musik yang baik akan membuat konsumen nyaman. Dengan demikian hipotesis 1 “Musik berpengaruh terhadap emosi dan perilaku konsumen pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya” dapat diterima.
2. Berdasarkan perhitungan tersebut musik terbukti tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang dimediasi oleh emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Dalam hal ini berarti bahwa musik bukan merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dimoderasi oleh emosi. Dengan demikian hipotesis 2 “Musik berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang dimoderasi emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya” tidak dapat diterima.
3. Pencahayaan terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Pencahayaan pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen dan membuat konsumen tertarik

untuk melihat barang dalam toko tersebut. Pencahayaan merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perasaan konsumen. Pencahayaan yang didesain secara tepat dan baik akan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian barang. Dengan demikian hipotesis 3 “Pencahayaan berpengaruh terhadap emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya” dapat diterima.

4. Pencahayaan terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen yang dimediasi oleh emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Dalam hal ini, berarti bahwa pencahayaan merupakan faktor penting dalam perilaku konsumen yang dimediasi oleh emosi. Dengan demikian hipotesis 4 “Pencahayaan berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang dimoderasi emosi pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya” dapat diterima.
5. Emosi terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Dalam hal ini, berarti bahwa emosi merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam perilaku konsumen. Emosi dapat membuat seseorang berubah dalam hal perilaku. Dengan demikian hipotesis 5 “Emosi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya” dapat diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan, maka saran yang dapat disampaikan bagi:

1. Manajemen Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya
 - a. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa musik memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi emosi dan minat beli konsumen. Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya sudah cukup memberikan atau menyediakan musik yang baik dan nyaman bagi konsumen. Oleh karenanya, Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya harus mempertahankan suasana yang baik. Sebaiknya juga manajemen toko memanfaatkan moment-moment seperti hari raya, hari kemerdekaan, dan hari besar lainnya untuk memasang musik yang dapat mempengaruhi suasana hati konsumen untuk berbelanja.
 - b. Pencahayaan juga memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Pencahayaan baik dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk dapat merangsang minat beli konsumen yang berkunjung dalam toko tersebut.
2. Penelitian mendatang

Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang diharapkan meneliti tentang faktor seperti aroma, tema toko, background, dan warna yang secara psikologis juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian mendatang juga sebaiknya menambahkan jumlah sampel agar penelitian menjadi lebih akurat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adam, Reginal B. Jr, Nalini Ambady, C.Neil Macrae, Robert E. Kleck. 2006. "Emotional Expressions Forecast Approach-Avoidance Behavior" . *Motiv Emot* (2006) 30: 179-188
- Andersson, Pernille K., Per Kristensson, Erik Wastlund, Anders Gustafsson. 2012. "*Let The Music Play Or Not: The Influence of Background Music on Consumer Behavior*". *Journal of Retailing and Consumer Services* 19: 553-560
- Fuad Muhammad. 2010. " Store Atmosphere dan Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Buku Gramedia Malang". *Manajemen Pemasaran Modern: Vol 2 No.1 Januari-Juni 2010*
- Furnham, Rebecca Milner. 2013. "*The Impact Of Mood On Behavior: Staff Mood and Environmental Factors*". *Journal of Retailing and Consumer Services* 20: 634-641
- Hawkins., "*Consumer Behaviour Implications for Marketing Strategy*" , Australia Ann Nolan
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E., 2010, *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kusumowidagdo Astrid. 2005. "Peran Penting Perancangan Interior pada Store Based Retail" Vol 3, No.1 (2005)
- Levy, M., dan Weitz, B. A., 2009, *Retailing Management*, USA: Mc Graw Hill Irwin Inc.

- McGoldrick, P. J., 2002, *Retail Marketing*, Second Edition, New York: McGraw-Hill Education.
- Moririson, Michael, Sarah Gan, Chris Dubelaar, Harmen Oppewal. 2011. "In-Store Music and Aroma Influences On Shopper Behavior and Satisfaction". *Journal of Business Research* 64: 558-564
- Quartier, Katelijn, Christiaans, Henri and Van Cleempoel, Koernraad (2009). *Retail design: Lighting as an atmospheric tool, creating experiences which influence consumers' mood and behaviour in commercial spaces*. Sheeffield Hallam University Research Archive.
- Simamora, Bilson., 2003, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sina, S., 2011, Analisis Multivariat, *Modul Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya
- Suprpti, Ni Wayan Sri., 2009, *Perilaku Konsumen : Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemsaran*. Udayana University Press.
- Sopiah, Syihabudhin., 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Penerbit C.V ANDI OFFSET.s
- Sugiyono., 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Utami, C. W., 2008, *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*, Malang : Bayumedia Publishing.