

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sight Appeal* dapat meningkatkan *emotional responses* di *Sunrise Mall* Mojokerto. Artinya dengan adanya *store atmosphere* atau atmosfer toko yang memadai membuat pengunjung betah berlama-lama di dalam *Sunrise Mall* Mojokerto. *Sunrise Mall* Mojokerto memiliki area gedung yang luas sehingga membuat pengunjung lebih leluasa untuk berbelanja, bentuk yang megah, cat dinding yang *soft* dan tidak menyilaukan mata dan pencahayaan yang terang sehingga nyaman untuk memandang produk yang diinginkan.
2. *Sound Appeal* dapat meningkatkan *emotional responses* di *Sunrise Mall* Mojokerto. Artinya dengan adanya musik yang dimainkan dalam *mall* membuat pengunjung merasa *enjoy, rileks* ketika berbelanja. Dengan menikmati alunan musik yang lembut, yang menyenangkan dan tidak terlalu keras membuat pengunjung nyaman berbelanja di *Sunrise Mall* Mojokerto.
3. *Scent Appeal* dapat meningkatkan *emotional responses* di *Sunrise Mall* Mojokerto. Artinya dengan adanya aroma yang harum, aroma yang *soft*,

dan aroma yang segar di dalam *Sunrise Mall* Mojokerto membuat pengunjung merasa senang, dan menikmati ketika berbelanja. Ketika pengunjung memasuki mall disambut dengan aroma-aroma yang membuat perasaan senang, perasaan menjadi baik kembali setelah merasakan panas diluar mall membuat pengunjung mampu meningkatkan respon yang baik terhadap *Sunrise Mall* Mojokerto dan memilih untuk berada di dalam mall.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti dapat menyampaikan beberapa saran:

1. Hasil penelitian yang dilakukan *Sunrise Mall* Mojokerto harus lebih memperhatikan *Sight Appeal* agar menyejukkan suasana pengunjung sehingga *emotional responses* akan terus mengalami peningkatan.
2. *Sunrise Mall* Mojokerto harus meningkatkan *Sound Appeal* terutama alunan musik yang dapat memberikan suasana rileks.
3. *Sunrise Mall* Mojokerto juga perlu memperhatikan *Scent Appeal* terutama aroma harum di dalam Mall agar *emotional responses* pengunjung semakin meningkat agar pengunjung lebih betah berlama-lama di dalam mall.
4. Penelitian yang akan datang hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian, sehingga dapat diperoleh temuan lainnya misalnya *store atmosphere* berpengaruh terhadap *emosional responses* dan dapat menambahkan variabel *Impulse Buying* sehingga dapat mendukung dan menyempurnakan penelitian ini.

