

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh motif belanja hedonik dan motif belanja utilitarian terhadap kepuasan konsumen Carrefour Surabaya, dan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan dari motif hedonik terhadap kepuasan konsumen Carrefour Surabaya.
2. Tidak ada pengaruh yang signifikan dari motif utilitarian terhadap kepuasan konsumen Carrefour Surabaya.
3. Motif hedonik dan motif utilitarian secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Diantara variabel motif hedonik dan motif utilitarian yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Carrefour Surabaya adalah motif hedonik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menulis saran sebagai berikut:

1. Diperhatikan *idea shopping* yaitu berbelanja memberikan pengetahuan baru, perkembangan trend baru dan model baru, dan pihak Supermarket hendaknya selalu menjual barang – barang dengan mengikuti perkembangan trend terbaru, contohnya jam tangan dengan model terbaru.
2. Pihak Supermarket agar Lebih Menyediakan Barang – Barang yang lebih Bernilai tinggi, contohnya seperti perhiasan, dan diperhatikan *Gratification Shopping* yaitu karena kehidupan yang kompleks saat ini dan tingkat stress tinggi, beberapa orang berbelanja menghilangkan stress, dengan cara memberikan suasana berbelanja yang nyaman untuk konsumen, misalnya ditambah dengan tempat bermain.