

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere, customer experience, dan social media marketing* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya.
2. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya.
3. *Customer experience* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya.
4. *Social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, *store atmosphere, customer experience, dan social media marketing* terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola ketiga aspek tersebut secara terintegrasi agar

mampu menciptakan minat beli konsumen yang lebih tinggi. Sinergi antara suasana toko yang nyaman, pengalaman pelanggan yang positif, dan pemasaran media sosial yang efektif diharapkan dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata konsumen.

2. Berdasarkan hasil penelitian, *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas suasana toko melalui penataan interior yang menarik, tata letak produk yang rapi, pencahayaan yang memadai, serta kenyamanan lingkungan toko. Atmosfer toko yang baik dapat memberikan kesan positif dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian, *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya. Dengan demikian, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan melalui respons yang cepat, komunikasi yang baik, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Pengalaman berbelanja yang menyenangkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terbentuknya niat beli yang lebih kuat.
4. Berdasarkan hasil penelitian, *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Paddy Playstore Surabaya. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran melalui media sosial dengan menyajikan konten yang kreatif, informatif, dan interaktif. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan intensitas komunikasi

dengan konsumen melalui berbagai platform media sosial agar dapat memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan minat beli konsumen.

5. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih representatif. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *purchase intention*, seperti *brand image*, *electronic word of mouth* (e-WOM), kualitas layanan, atau *customer satisfaction* sehingga mampu memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.