

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tidak terencana pada bisnis ritel Tip Top Ciputat maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel promosi penjualan memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana. Artinya semakin baik promosi penjualan yang ditawarkan oleh Tip Top Ciputat maka peluang pembelian tidak terencana yang dilakukan oleh pengunjung akan semakin besar. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat adalah promosi penjualan berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana.
- b. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel penjualan perseorangan yang lebih memberikan pengaruh pembelian tidak terencana. Artinya semakin baik penjualan perseorangan dalam berpenampilan dan menawarkan produk maka semakin meningkatkan pembelian tidak terencana yang dilakukan oleh pengunjung Tip Top Ciputat. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat adalah penjualan perseorangan berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana.
- c. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel atmosfer toko tidak memberikan pengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana. Artinya atmosfer toko yang dibuat oleh Tip Top Ciputat masih tidak dapat mempengaruhi pembelian tidak terencana. Sehingga hasil untuk variabel atmosfer toko tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat, karena hipotesis yang dibuat atmosfer toko berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana.

- d. Pernyataan *R-Square* pada konstruk promosi penjualan, penjualan perseorangan dan atmosfer toko menunjukkan memiliki kontribusi terhadap pembelian tidak terencana.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan 75 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuisioner tersebut.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan variabel promosi penjualan, penjualan perseorangan dan atmosfer toko. Padahal mungkin masih ada variabel lain yang mempengaruhi hasil, sehingga hasil dapat berbeda.

## 5.3 Saran

- a. Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Tip Top Ciputat adalah mempertahankan dan terus mengembangkan promosi penjualan secara kreatif dengan tujuan meningkatkan pembelian tidak terencana yang dilakukan oleh pengunjung. Selain itu pihak Tip Top juga perlu memanfaatkan media online secara meluas untuk memasarkan promosi penjualan agar promosi dapat mudah dan cepat tersampaikan.
- b. Saran selanjutnya bagi Tip Top Ciputat adalah diharapkan agar terus tetap memberikan performa terbaik pada penjualan perseorangan, sehingga pengunjung akan tertarik dengan penawaran yang selanjutnya disusul dengan tindakan pembelian yang tidak direncanakan.
- c. Berikutnya saran bagi atmosfer toko, pihak Tip Top Ciputat sebaiknya mampu memperhatikan dan memperbaiki atmosfer toko yang kurang baik. Karena atmosfer toko yang baik akan menimbulkan perasaan nyaman sehingga pengunjung ingin berlama-lama berbelanja dan melupakan waktu, dimana hal ini dapat mengakibatkan pengunjung melakukan pembelian yang tidak direncanakan.

- d. Saran bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel–variabel bervariasi lainnya dengan jumlah responden yang lebih banyak untuk mengetahui pengaruh pembelian tidak terencana lebih mendalam.

