

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari serangkaian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai *impulse buying* produk Matahari *Department Store* Depok *Town Square*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan data karakteristik responden terdapat hasil bahwa mayoritas yang melakukan pembelian pada Matahari *Department Store* adalah perempuan, pada usia 23-28 tahun dengan presentase 69,4%.
- b. Berdasarkan analisis deskripsi didapat hasil bahwa persentase paling besar pada variabel *sales promotion*, *personal selling*, *store atmosphere*, dan *impulse buying* berada di skor 4 (setuju) maka persepsi responden terhadap *sales promotion*, *personal selling*, *store atmosphere*, dan *impulse buying* dinyatakan baik.
- c. Variabel *sales promotion* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Artinya, *sales promotion* yang diberikan oleh Matahari *Department Store* Depok *Town Square* mempengaruhi *impulse buying* pada konsumen Matahari.
- d. Variabel *personal selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Artinya, *personal selling* yang dilakukan oleh Matahari *Department Store* Depok *Town Square* tidak mempengaruhi *impulse buying* pada konsumen Matahari.
- e. Variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Artinya, *store atmosphere* Matahari tidak mempengaruhi *impulse buying* pada konsumen Matahari.

V.2 Saran

Saran yang diberikan untuk menjadi masukan bagi Matahari *Department Store* adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan penelitian maka saran yang dapat diberikan terkait dengan hasil penelitian diharapkan dapat berguna untuk perusahaan, masyarakat, dan peneliti selanjutnya yaitu sebaiknya manajemen perusahaan terus melakukan pengelolaan, pengembangan, dan peningkatan terhadap berbagai dimensi *sales promotion*, *personal selling*, dan *store atmosphere* baik dengan menggunakan strategi peningkatan inovasi produk, atau kualitas pelayanannya. Dengan hasil penelitian ini manajemen perusahaan dapat mempertahankan *sales promotion* untuk cara berpromosi mereka. Itulah mengapa manajemen perusahaan sangat perlu menaruh perhatian lebih pada peningkatan *sales promotion* yang telah menarik konsumennya untuk berbelanja di Matahari *Department Store* Depok *Town Square* karena pada saat ini pun Matahari masih terus mengembangkan inovasinya untuk mempertahankan dan menambah pelanggannya dimana persaingan ritel pun juga yang kini semakin ketat dengan cara meningkatkan *personal selling* dan *store atmosphere* agar mendorong konsumen untuk melakukan *impulse buying*.
- b. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel *impulse buying* secara lebih mendalam.