

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dan pengolahan data menggunakan metode Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan software SPSS 23, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. *Sales promotion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* konsumen Carrefour ITC Depok. Hal ini berarti jika *sales promotion* ditingkatkan, maka *impulse buying* konsumen Carrefour ITC Depok juga akan meningkat.
2. *Sales promotion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Shopping emotion* konsumen Carrefour ITC Depok. Hal ini berarti jika *sales promotion* ditingkatkan, maka *shopping emotion* konsumen ITC Depok juga akan meningkat.
3. *Store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* konsumen Carrefour ITC Depok. Oleh karena itu peningkatan dan penambahan ornamen-ornamen *store atmosphere* sangat penting, terutama untuk menjaga konsumen agar tetap puas dan tetap melakukan *impulse buying*.
4. *Store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Shopping emotion* konsumen Carrefour ITC Depok. Oleh karena itu peningkatan dan penambahan ornamen-ornamen *store atmosphere* sangat penting, terutama untuk menjaga konsumen agar tetap puas dan tetap melakukan *impulse buying*.
5. *Sales promotion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* melalui *Shopping emotion* konsumen Carrefour ITC Depok. Hal ini berarti jika upaya yang dilakukan Carrefour ITC Depok untuk meningkatkan *sales promotion*, maka konsumen akan melakukan

*impulse buying* dan terciptanya *shopping emotion* pada diri konsumen tersebut.

6. *Store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* melalui *Shopping emotion* konsumen Carrefour ITC Depok. Hal ini berarti terciptanya suatu *store atmosphere* sangatlah penting dan Carrefour ITC Depok harus meningkatkan ornament-ornamen yang menarik agar konsumen dapat melakukan *impulse buying* dan akan timbul *shopping emotion* di dalam benak konsumen.
7. *Shopping emotion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* konsumen Carrefour ITC Depok. Hal ini berarti jika konsumen merasa senang maka akan terciptanya *shopping emotion* di benak konsumen sehingga dapat terciptanya *impulse buying* pada konsumen Carrefour ITC Depok.

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian maka saran yang diberikan terkait dengan hasil penelitian yang diharapkan dapat berguna untuk perusahaan, masyarakat, dan peneliti selanjutnya yaitu sebaiknya manajemen perusahaan terus melakukan pengelolaan, pengembangan, dan peningkatan terhadap berbagai dimensi *sales promotion* dan *store atmosphere* yang ada di Carrefour ITC Depok dengan menggunakan strategi peningkatan inovasi layout dan kualitas pelayanannya. Dengan hasil penelitian ini manajemen perusahaan dapat meningkatkan *sales promotion* untuk cara berpromosi perusahaan dan dapat mempertahankan *store atmosphere* yang telah disediakan untuk kenyamanan konsumen. Itulah mengapa manajemen perusahaan sangat perlu menaruh perhatian lebih pada peningkatan *sales promotion* dan *store atmosphere* yang telah menarik konsumen untuk melakukan *impulse buying* di Carrefour ITC Depok, karena pada saat ini pun Carrefour terus mengembangkan inovasinya untuk mempertahankan dan menambah konsumennya dimana persaingan ritel pun juga yang kini semakin ketat. Dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan variabel bebas lainnya yang lebih variasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel *impulse buying* secara lebih mendalam.