

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai pembelian impulsif di Transmart Carrefour cabang Cilandak, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Promosi penjualan memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif. Artinya, promosi penjualan yang ada dapat mempengaruhi pembelian impulsif para pengunjung Transmart Carrefour cabang Cilandak. Yang artinya hasil untuk variabel promosi penjualan sesuai dengan dugaan sementara yang memiliki hasil berpengaruh signifikan.
- b. Atmosfer toko tidak memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif. Artinya, atmosfer toko yang ada tidak mempengaruhi pembelian impulsif para pengunjung Transmart Carrefour cabang Cilandak. Yang artinya hasil untuk variabel atmosfer toko tidak sesuai dengan dugaan sementara yang memiliki hasil berpengaruh signifikan.
- c. Motivasi belanja hedonis memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif. Artinya, motivasi belanja hedonis yang ada dapat mempengaruhi pembelian impulsif para pengunjung Transmart Carrefour cabang Cilandak. Yang artinya hasil untuk variabel motivasi belanja hedonis sesuai dengan dugaan sementara yang memiliki hasil berpengaruh signifikan.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulisan dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran kepada perusahaan terkait sehingga dapat menjadi masukan dikemudian hari dan juga bagi peneliti selanjutnya. Kedepannya

diharapkan lebih memperhatikan atmosfer toko terkait dengan komunikasi visual dalam hal papan tanda, pencahayaan dalam soroti barang dagangan, warna dalam tingkat kreatifnya, aroma terkait dengan penentuan perasaan konsumen, musik terkait dengan kegiatan hal yang menghibur konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar dapat meningkatkan kenyamanan konsumen ketika melakukan kegiatan perbelanjaan di gerai Transmart Carrefour.

- b. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel pembelian implusif secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam bidang ritel.

