

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *partial Least Square* (PLS) mengenai Pembelian Tidak Terencana Indomaret Pamulang maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Personal selling* memberikan kontribusi terhadap perilaku pembelian tidak terencana pada Indomaret Pamulang. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan meningkatnya *personal selling* akan mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana, sehingga hasil untuk variabel *personal selling*, sesuai dengan dugaan sementara yang memiliki hasil berpengaruh signifikan.
- b. Atmosfer toko tidak memberikan kontribusi terhadap perilaku pembelian tidak terencana pada indomaret pamulang. Terutama pada pernyataan alunan lagu di dalam indomaret mengikuti lagu-lagu terkini. hal ini dapat dijelaskan karena pelanggan indomaret tidak terlalu fokus untuk mendengarkan lagu saat berbelanja. sehingga hasil untuk variabel atmosfer toko tidak sesuai dengan dugaan sementara yang memiliki hasil berpengaruh signifikan.

V.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan terkait dan bagi peneliti selanjutnya yaitu:

- 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 manajemen perusahaan terus melakukan pengelolaan, pengembangan, dan peningkatan terhadap berbagai dimensi *personal selling* dan atmosfer toko yang ada di Indomaret Pamulang. Atmosfer toko yang diharapkan untuk kenyamanan konsumen terkait dengan komunikasi visual dalam hal papan tanda, pencahayaan dalam soroti barang dagangan, warna dalam tingkat kreatifnya, aroma dan musik. Hal

tersebut dilakukan dengan tujuan agar dapat meningkatkan kenyamanan konsumen ketika melakukan kegiatan perbelanjaan di Indomaret Pamulang.

- b. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel lain yang telah diteliti untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel pembelian tidak terencana secara mendalam.

