

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

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

- a. Promosi penjualan secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari *Department Store*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dengan adanya promosi penjualan yang ditawarkan seperti pemberian kupon, besarnya potongan harga yang ditawarkan, dan memberi diskon pada hari-hari tertentu tidak serta merta menyebabkan konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Sehingga hasil untuk variabel promosi penjualan tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.
- b. Atmosfer toko secara langsung berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari *Department Store*. Hal ini menunjukkan bahwa papan tanda yang jelas memudahkan konsumen mengenali toko Matahari dari kejauhan, pencahayaan yang terang dapat membuat produk terlihat jelas, dan aroma ruangan yang menenangkan konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Sehingga hasil untuk variabel atmosfer toko sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.
- c. Motivasi belanja hedonis secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen Matahari *Department Store*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak serta merta konsumen merasa mendapatkan kesenangan ketika melakukan kegiatan berbelanja, berkeliling di Matahari dapat memperbaiki suasana hati yang sedang

kesal, dan ketika melihat tren baru di media masa selalu ingin mencari di Matahari untuk melakukan pembelian impulsif. Sehingga hasil untuk variabel motivasi belanja hedonis tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat peneliti, karena hipotesis yang dibuat yaitu motivasi belanja hedonis berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.

V.2 Saran

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

- a. Diharapkan agar PT Matahari Department Store lebih memperhatikan atmosfer toko terhadap kejelasan papan tanda agar memudahkan konsumen untuk melihat dari kejauhan, serta memberikan pencahayaan yang baik agar kualitas, warna dan model dari suatu produk dapat terlihat jelas, dan pemberian aroma yang tidak menyengat sehingga dapat membuat konsumen menjadi rileks dan menenangkan selama berada di dalam toko.
- b. Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan atau mengkombinasi beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel pembelian impulsif secara lebih mendalam diluar variabel lain untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dari pembelian impulsif dalam bidang bisnis ritel. Kemudian peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode lain untuk meneliti apa saja yang mempengaruhi pembelian impulsif.