

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

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

Berdasarkan hasil serangkaian penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Pengaruh Atmosfer Toko, Promosi Penjualan, dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Konsumen Giant Ekspres Gaplek Pondok Cabe, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Atmosfer toko memberikan kontribusi terhadap pembelian tidak terencana konsumen Giant Ekspres Pondok Cabe. Hal ini dapat dijelaskan bahwa suasana dan kenyamanan dalam toko seperti tata letak produk, papan tanda yang memberikan penjelasan produk, pencahayaan, serta musik dan aroma dalam toko dapat memberikan kontribusi besar untuk meningkatkan pembelian tidak terencana. berarti semakin baik atmosfer toko Giant maka akan mempengaruhi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dengan melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya.
- b. Promosi penjualan memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif konsumen Giant Ekspres Pondok Cabe. Hal ini dapat dijelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh Giant Ekspres Pondok Cabe seperti potongan harga, diskon, voucher, pemberian hadiah setiap pembelian dan sebagainya dapat memberikan pengaruh untuk meningkatkan pembelian tidak terencana. artinya dengan adanya pengaruh kesuaian penawaran promosi yang menarik pada suatu produk maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana.
- c. Motivasi belanja hedonis tidak memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif pada konsumen Giant Ekspres Pondok Cabe. Indikator dari motivasi belanja hedonis tidak memiliki nilai yang mampu dirasakan konsumen Giant untuk meningkatkan pembelian tidak terencana. Hal ini dapat dijelaskan karena konsumen tidak merasakan bahwa suasana hati dapat mendorong untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan.

## V.2 Saran

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

- a. Pada variabel atmosfer toko, peneliti menyarankan perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk. untuk mempertahankan dan meningkatkan suasana pada toko Giant Pondok Cabe agar suasana yang ada didalam toko dapat memberikan kenyamanan konsumen saat berbelanja mampu meningkatkan pembelian tidak terencana.
- b. Pada variabel promosi penjualan, peneliti menyarankan perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk untuk mempertahankan serta melakukan berbagai promosi yang lebih inovatif dan variatif untuk menarik konsumen dalam upaya meningkatkan pembelian tidak terencana.
- c. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan atau mengkombinasi beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel Pembelian Tidak Terencana secara lebih mendalam seperti variabel tekanan waktu dan sebagainya.

