

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

- a. Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana pada Transmart Carrefour Cilandak. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.
- b. Potongan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana pada Transmart Carrefour Cilandak. Dengan demikian hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak melihat potongan harga sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan pembelian tidak terencana
- c. Bonus Kemasan berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana pada Transmart Carrefour Cilandak. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dikarekan:

- a. Penelitian ini hanya membagikan kuesioner kepada 75 responden, sehingga kesimpulan yang diperoleh hanya berdasarkan dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengunjung Transmart Carrefour Cilandak, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk perilaku pembelian tidak terencana konsumen di wilayah tertentu.

- c. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup Suasana toko. Potongan harga, Bonus kemasan Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis 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. Kedepanya perusahaan diharapkan dapat mempertahankan suasana toko dan bonus kemasan dengan lebih memperhatikan produk baru yang beredar di media sehingga perusahaan terkait selalu menyediakan produk-produk terbaru yang beredar, karena Transmart Carrefour dipercaya selalu menyediakan produk-produk baru yang beredar di media.
- b. Transmart Carrefour sebaiknya dalam melakukan pemberian potongan harga harus yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, strategi Transmart Carrefour untuk menarik para calon pembeli dengan memberikan potongan harga yang menarik.
- c. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel pembelian tidak terencana secara lebih mendalam, seperti: *Shopping lifestyle*, emosi positif, *shopping emotion*, promosi penjualan, *personal selling* dan lain-lain.