

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

##### a. *Display* Produk dengan Pembelian Impulsif

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif *display* produk dengan pembelian impulsif Indomaret 2 cabang Wadas pada Warga RT 06 RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 42,68 + 0,5409X_1$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu *display* produk (variabel  $X_1$ ), maka akan mengakibatkan kenaikan dengan pembelian impulsif (variabel Y) sebesar 0,5409 pada konstanta 42,68.

Pembelian impulsif ditentukan oleh *display* produk sebesar 41,59% dan sisanya sebesar 58,41%% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti promosi penjualan.

##### b. Suasana Toko Dengan Pembelian Impulsif

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif suasana toko dengan pembelian impulsif Indomaret 2 cabang Wadas pada Warga RT 06 RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 36,90 + 0,6200X_2$  menunjukkan bahwa setiap

kenaikan satu suasana toko (variabel  $X_2$ ), maka akan mengakibatkan kenaikan pembelian impulsif (variabel Y) sebesar 0,6200 pada konstanta 36,90.

Pembelian impulsif ditentukan oleh *display* produk sebesar 45.80% dan sisanya sebesar 54,20% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti promosi penjualan.

## **B. Implikasi**

### **a. *Display* Produk dengan Pembelian Impulsif**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *display* produk dengan pembelian impulsif Indomaret 2 cabang Wadas pada Warga RT 06 RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Hal ini membuktikan bahwa *display* produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret 2 cabang Wadas harus dapat meningkatkan *display* produknya untuk meningkatkan pembelian impulsif. Pembelian impulsif yang diakibatkan oleh *display* produk yang rendah, jika dibiarkan begitu saja akan membuat konsumen berpaling dengan *minimarket* sejenis lainnya.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel pembelian impulsif presentase bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah membeli secara tiba-tiba, yaitu sebesar 25,13%. Kemudian indikator diluar kontrol diri, yaitu sebesar 25,04%.

Selanjutnya indikator emosi dengan sub indikator senang, yaitu sebesar 25%. Dan indikator kosekuensi setelah pembelian, yaitu sebesar 24,74%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa *display* produk yang diberikan Indomaret 2 cabang Wadas rendah, akan berdampak pada pembelian impulsif yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan Indomaret 2 cabang Wadas adalah meningkatkan *display* produk agar pembelian impulsif dapat meningkat pula terhadap Indomaret 2 cabang Wadas.

#### **b. Suasana Toko Dengan Pembelian Impulsif**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan pembelian impulsif Indomaret 2 cabang Wadas pada Warga RT 06 RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Hal ini membuktikan bahwa suasana toko merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret 2 cabang Wadas harus dapat meningkatkan suasana tokonya untuk meningkatkan pembelian impulsif. Pembelian impulsif yang diakibatkan oleh suasana toko yang kurang nyaman, jika dibiarkan begitu saja akan membuat pelanggan berpaling dengan *minimarket* sejenis lainnya.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel pembelian impulsif presentase bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah membeli secara tiba-tiba, yaitu sebesar 25,13%.

Kemudian indikator diluar kontrol diri, yaitu sebesar 25,04%. Selanjutnya indikator emosi dengan sub indikator senang, yaitu sebesar 25%. Dan indikator kosekuensi setelah pembelian, yaitu sebesar 24,74%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa suasana toko yang diberikan Indomaret 2 cabang Wadas rendah, akan berdampak pada pembelian impulsif yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan Indomaret 2 cabang Wadas adalah meningkatkan suasana toko agar pembelian impulsif dapat meningkat pula terhadap Indomaret 2 cabang Wadas.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat dalam meningkatkan pembelian impulsif Indomaret 2 cabang Wadas antara lain:

1. Indomaret 2 cabang Wadas sebagai salah satu minimarket berkembang di Indonesia diharapkan lebih meningkatkan pembelian impulsif dengan memperhatikan display produk (penataan barang) serta suasana toko yang nyaman terhadap konsumennya.
2. Indomaret 2 seharusnya dapat memperbaiki dan meningkatkan display produknya menjadi baik, seperti penataan di rak barang yang lebih rapi sesuai dengan pengelompokan jenis barang sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pembelian impulsif.

3. Indomaret 2 cabang wadas juga seharusnya memberikan suasana toko yang lebih nyaman seperti, memperluas halaman parkir sehingga memudahkan konsumen ketika akan memarkir dan memasuki toko dan berujung pada keputusan pembelian impulsif pada akhirnya.