

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

##### a. Suasana Toko dengan Pembelian Tidak Terencana

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara suasana toko dengan pembelian tidak terencana Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi yaitu  $\hat{Y} = 37,94 + 0,658X_1$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor suasana toko ( $X_1$ ) akan menghasilkan kenaikan pembelian tidak terencana ( $Y$ ) sebesar 0,658 skor pada konstanta 37,94.

Bahwa besarnya nilai  $t_{hitung} 8,137 > t_{tabel} 1,983$  dan nilai *Sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti suasana toko mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian tidak terencana Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Sebesar 38,2% hubungan antara suasana toko ( $X_1$ ) dengan pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta dan sisanya sebesar 61,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yaitu diskon dan gaya hidup.

### **b. Diskon dengan Pembelian Tidak Terencana**

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara diskon dengan pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi yaitu  $\hat{Y} = 39,761 + 0,662X_2$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor diskon ( $X_2$ ) akan menghasilkan kenaikan pembelian tidak terencana ( $Y$ ) sebesar 0,662 skor pada konstanta 39,761.

Besarnya nilai bahwa nilai  $t_{hitung} 7,852 > t_{tabel} 1,983$  dan nilai *Sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya diskon mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Sebesar 35,5% hubungan antara diskon ( $X_2$ ) dengan pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun dan sisanya sebesar 64,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya yaitu adalah suasana toko dan gaya hidup.

## **B. Implikasi**

### **a. Suasana Toko dengan Pembelian Tidak Terencana**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara suasana toko dengan pembelian

tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menjadi bukti bahwa suasana toko merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun.

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data pada variabel suasana toko dapat diketahui bahwa perolehan skor tertinggi terlihat pada dimensi eksterior (bagian luar toko) dengan indikator pintu masuk toko sebesar 9%. Selanjutnya pada dimensi interior (bagian dalam toko) dengan indikator aroma sebesar 8,94%, indikator suhu udara sebesar 8,86%, dan indikator pencahayaan sebesar 8,68%. Kemudian pada dimensi eksterior (bagian luar toko) dengan indikator papan nama toko sebesar 8,61%. Selanjutnya pada dimensi layout (tata letak) dengan indikator susunan kategori produk sebesar 8,46%. Kemudian pada dimensi interior (bagian dalam toko) dengan indikator musik sebesar 8,45%. Selanjutnya dimensi layout (tata letak) dengan indikator keleluasaan untuk bergerak sebesar 8,41% dan indikator penataan produk sebesar 8,1%. Kemudian pada dimensi display point-of-purchase dengan indikator rak pajangan sebesar 8,1%, tampilan rak pajangan sebesar 7,28% dan desain tema tampilan sebesar 7,06%.

Maka implikasi hasil penelitian ini adalah seharusnya Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun dapat meningkatkan suasana toko pada desain tema tampilan titik penjualan agar menarik konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana. Selain itu, Matahari *Departement*

*Store* harus tetap mempertahankan dari segi pintu masuk toko seperti *electronic gate* dan lebih memperluas ukuran pintu masuk toko tersebut.

#### **b. Diskon dengan Pembelian Tidak Terencana**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dengan pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini cukup membuktikan bahwa diskon merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi pembelian tidak terencana.

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data pada variabel diskon dapat diketahui bahwa perolehan skor tertinggi terlihat pada indikator pembelian dalam jangka waktu tertentu dengan sub indikator pembelian pada event tertentu sebesar 17,46%. Kemudian pada indikator pengurangan harga kuantitas dengan sub indikator pembelian dalam jumlah banyak sebesar 16,85%. Selanjutnya pada indikator pengurangan harga yang dirasakan konsumen dengan sub indikator pengurangan harga yang oportunistik sebesar 16,8% dan besarnya pengurangan harga yang diberikan sebesar 16,5%. Kemudian pada indikator pembelian dalam jangka waktu tertentu dengan sub indikator pembelian pada hari besar sebesar 16,14%. Selanjutnya pada indikator pengurangan harga yang dirasakan konsumen dengan sub indikator melakukan pembelian dengan harga lebih murah yaitu sebesar 16,12%

Maka implikasi hasil penelitian ini adalah bahwa Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun dapat meningkatkan penawaran diskon dengan harga lebih murah agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian tidak terencana di Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun. Selain itu, Matahari *Departement Store* harus tetap mempertahankan dalam hal mengadakan *event-event* yang menawarkan diskon kepada para konsumen.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat untuk Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun dalam meningkatkan kualitasnya agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian tidak terencana, antara lain :

1. Matahari *Departement Store* Mall Arion Rawamangun sebaiknya lebih memperhatikan aspek suasana toko, terutama dalam hal desain tema titik penjualan dibuat semenarik mungkin agar konsumen merasa tertarik untuk mengunjungi dan melakukan pembelian secara tak terencana.
2. Matahari *Departement Store* sebaiknya dapat meningkatkan penawaran diskon dengan harga lebih murah agar konsumen merasa mendapat keuntungan ketika akan melakukan pembelian secara tak terencana.