

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data deskriptif, analisis, interpretasi data dan pengolahan data statistik yang telah di jabarkan pada bab–bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*). Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada gaya hidup akan menyebabkan perubahan terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*) dan pengaruhnya bersifat positif atau searah yaitu apabila terjadi kenaikan pada gaya hidup akan menyebabkan kenaikan pula pada pembelian impulsif (*impulse buying*) dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada gaya hidup akan menyebabkan penurunan pula terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*) di Matahari *Departement Store* Kramat Jati. Hipotesis di atas dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni $\hat{Y} = 49,96 + 0,46 X_1$
2. *Atmosphere* toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*). Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada *atmosphere* toko akan menyebabkan perubahan terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*) dan pengaruhnya bersifat positif atau searah yaitu apabila terjadi kenaikan pada *atmosphere* toko akan menyebabkan kenaikan

pula pada pembelian impulsif (*Impulse buying*) dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pada *atmosphere* toko akan menyebabkan penurunan pula terhadap pembelian impulsif (*impulse buying*) di Matahari *Departement Store* Kramat Jati. Hipotesis di atas dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni $\hat{Y} = 38,56 + 0,61 X_2$

3. Pembelian impulsif (*impulse buying*) ditentukan oleh gaya hidup dengan hasil koefisien determinasi sebesar 49,19% dan *atmosphere* toko sebesar 41,05% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari penelitian ini.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dan *atmosphere* toko dengan pembelian impulsif (*impulse buying*) di Matahari *Departement Store* Kramat Jati pada warga Rt 11 dan Rt 12 Rw 09 Kramat jati Kelurahan Kramat Jati Kecamatan Kramat Jati. Hal tersebut membuktikan bahwa gaya hidup dan *atmosphere* toko masing-masing memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat pembelian impulsif (*impulse buying*) pada warga Rt 11 dan Rt 12 Rw 09 Kramat Jati Kelurahan Kramat Jati Kecamatan Kramat Jati.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data penelitian, pada variabel gaya hidup memiliki skor dimensi terendah yaitu dimensi pendapat dengan indikator diri mereka sendiri persentasenya sebesar 13,73%. Sedangkan hasil persentase skor dimensi tertinggi adalah minat dengan indikator pekerjaan memperoleh

persentase tertinggi yaitu 15%. Dapat disimpulkan bahwa warga Rt 11 dan Rt 12 Rw 09 Kelurahan Kramat Jati Kecamatan Kramat Jati melakukan pembelian impulsif (*impulse buying*) di Matahari *Departement Store* Kramat Jati dikarenakan faktor pekerjaan seperti halnya dekat dengan kantor atau saran dari teman sekantornya.

Sedangkan pada variabel *atmosphere* toko yang memiliki presentase skor terendah adalah dimensi *store layout* yang mana indikator pengaturan antar lorong memiliki persentase terendah sebesar 11,80% , hal ini menandakan bahwa Matahari *Departement Store* Kramat Jati memiliki pengaturan antar lorong yang tidak rapih dan tidak tersusun. Namun dimensi yang sama yaitu *store layout* memiliki skor yang tinggi dengan indikator pengelompokkan produk berhasil memiliki persentase sebesar 12,69%. Hal ini menunjukkan bahwa Matahari *Departement Store* Kramat Jati mengelompokkan produknya secara tersusun yang membuat warga Rt 11 dan Rt 12 Rw 09 kelurahan Kramat Jati Kecamatan Kramat Jati untuk melakukan pembelian impulsif (*impulse buying*).

C. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan saran:

1. Diharapkan Matahari *Departement Store* Kramat Jati lebih mempertimbangkan berbagai hal yang dapat mempengaruhi gaya hidup

terutama dimensi terendahnya yaitu dimensi pendapat. Matahari *departement store* kramat jati seharusnya mampu menampung segala pendapat konsumen agar dijadikan patokan dan acuan yang kedepannya akan menjadikan pembelian impulsif (*impulse buying*) di matahari *departement store* kramat jati meningkat.

2. Diharapkan agar Matahari *Departement Store* Kramat Jati kedepannya dapat meningkatkan *atmosphere* toko, salah satunya pengaturan antar lorong dan penataan suatu barang bisa lebih rapi sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli produk di Matahari *Departement Store* Kramat Jati.