

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Store atmosphere* pada Etude House di MKG3 sudah baik. Hal ini terlihat dari 39,73% responden menjawab sangat setuju dan 53,83% setuju untuk poin-poin pertanyaan *store atmosphere*. Walau masih terdapat 8,05% yang menjawab ragu-ragu dan 1,38% yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan *store atmosphere* pada Etude House di MKG3.
2. Sebagian besar konsumen melakukan *impulse buying* pada Etude House di MKG3. Dapat dilihat dari jawaban 38% responden yang menjawab sangat setuju dan 44% setuju. Meskipun terdapat 13% responden yang menjawab ragu-ragu dan 4% tidak setuju dalam melakukan *impulse buying* pada Etude House di MKG3.
3. Variabel *store atmosphere* mempunyai pengaruh terhadap variabel *impulse buying*. Hal ini terbukti dengan dengan t-hitung sebesar 4,345 pada tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $4,345 > 2,048$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Etude House di MKG3.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada Etude House di MKG3 untuk meningkatkan lagi *store atmosphere* pada toko agar memperkuat pengaruhnya terhadap pembentukan *impulse buying* konsumen. Beberapa saran tersebut yaitu :

1. Perlu adanya perbaikan pada pintu masuk toko, Aroma toko, musik yang dimainkan di dalam toko dan pengaturan jarak etalase pada Etude House di MKG3. Saran ini peneliti berikan, karena berdasarkan jawaban responden mengenai *store atmosphere*, responden menjawab bahwa hal-hal tersebut masih kurang baik. Maka Etude House di MKG3 perlu memperbaiki pintu masuk toko agar akses keluar masuk toko menjadi lebih mudah, memberikan aroma pada toko yang lebih harum, memainkan musik yang sesuai dengan citra toko dan disukai oleh para wanita, dan mengatur jarak etalase menjadi lebih luas agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja.
2. Etude House di MKG3 harus menata *display window* lebih baik lagi, seperti dengan meletakkan produk-produk Etude House terbaru, produk Etude House yang sedang promo atau produk yang hanya dimiliki oleh Etude House atau tidak dibuat oleh *brand* lain. Karena berdasarkan jawaban responden, tampilan produk pada *display window* merupakan hal yang menarik dan dapat memunculkan *impulse buying*.