

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara gaya hidup dan *visual merchandising* dengan pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran pada Warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 38,415 + 0,253 X_1 + 0,302 X_2$. Koefisien gaya hidup (X_1) dan *visual merchandising* (X_2) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara gaya hidup dan *visual merchandising* dengan pembelian impulsif. Gaya hidup dan *visual merchandising* untuk menjelaskan pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran pada Warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit Jakarta secara simultan yaitu 24,8% sedangkan sisanya 75,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat hubungan yang positif antara gaya hidup dengan pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran pada Warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 53,824 + 0,379 X_1$. Hal ini berarti jika gaya hidup (X_1) nilainya 0, maka pembelian impulsif (Y) mempunyai nilai sebesar 53,824. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,379 yang berarti apabila gaya hidup (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka pembelian impulsif (Y) akan meningkat

sebesar 0,379 pada konstanta sebesar 53,824. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan pembelian impulsif. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat gaya hidup maka semakin meningkat pula pembelian impulsif. Pembelian impulsif ditentukan oleh gaya hidup sebesar 15,7% dan sisanya 84,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara *visual merchandising* dengan pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran pada Warga RW 005 Kelurahan Malaka Sari Kecamatan Duren Sawit Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 51,855 + 0,400 X_2$. Hal ini berarti jika *visual merchandising* (X_2) nilainya 0, maka pembelian impulsif (Y) mempunyai nilai sebesar 51,855. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,400 yang berarti apabila *visual merchandising* (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka pembelian impulsif (Y) akan meningkat sebesar 0,400 pada konstanta sebesar 51,855. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *visual merchandising* dengan pembelian impulsif. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *visual merchandising* maka semakin meningkat pula pembelian impulsif. Pembelian impulsif ditentukan oleh *visual merchandising* sebesar 18,9% dan sisanya 81,1% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan *visual merchandising* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif. Gaya hidup dan *visual merchandising* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan pembelian impulsif. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel pembelian impulsif terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator tidak mempertimbangkan konsekuensi sebesar 34,00% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator spontan sebesar 32,41%.

Dari hasil pengolahan data, *Carrefour Plaza* Buaran seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dilakukan peningkatan untuk ke depannya, seperti indikator terendah variabel pembelian impulsif, yaitu indikator spontan, variabel gaya hidup dimensi terendahnya adalah dimensi sikap dengan indikator minat dan untuk *visual merchandising* indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator fitur produk dengan sub indikator penempatan produk. Selain itu *Carrefour Plaza* Buaran harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga pembelian impulsif dapat sering terjadi.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran, antara lain:

1. *Carrefour Plaza* Buaran sebagai tempat berbelanja sebaiknya menjual barang – barang yang mengikuti perkembangan gaya hidup masyarakat dan menjualnya kepada masyarakat dengan *visual merchandising* yang baik sehingga dapat meningkatkan pembelian impulsif.
2. *Carrefour Plaza* Buaran seharusnya menjual barang – barang yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat, sehingga pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran dapat meningkat.
3. *Carrefour Plaza* Buaran sebaiknya juga meningkatkan *visual merchandising* menjadi lebih baik lagi, sehingga pembelian impulsif di *Carrefour Plaza* Buaran dapat meningkat.

