

## 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 atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 8,509 + 0,165 X_1 + 0,289 X_2$ . Koefisien atmosfer toko ( $X_1$ ) dan belanja hedonis ( $X_2$ ) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Atmosfer toko dan belanja hedonis untuk menjelaskan pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta secara simultan yaitu 15,9% sedangkan 84,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat hubungan yang positif antara atmosfer toko dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 11,089 + 0,267 X_1$ . Koefisien  $X_1$  (atmosfer toko) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara atmosfer toko dengan pembelian impulsif. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat atmosfer toko maka semakin meningkat pula pembelian impulsif. Pembelian impulsif ditentukan oleh atmosfer toko

sebesar 12,4% sedangkan 86,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara belanja hedonis dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 13,696 + 0,449 X_2$ . Koefisien  $X_2$  (belanja hedonis) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat belanja hedonis maka semakin meningkat pula pembelian impulsif. Pembelian impulsif ditentukan oleh belanja hedonis sebesar 12,7% sedangkan 86,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa atmosfer toko dan belanja hedonis adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif. Atmosfer toko dan belanja hedonis berhubungan 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 atmosfer toko terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pencahayaan sebesar 9,30% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator informasi produk tertera jelas sebesar 8,80% dan variabel belanja hedonis terlihat bahwa indikator yang memiliki skor

tertinggi adalah indikator kesenangan sebesar 33,49% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator simbolis sebesar 33,12%.

Dari hasil pengolahan data, Matahari *Department Store* sebagai produsen seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang memiliki skor rendah agar dapat diperbaiki untuk ke depannya. Selain itu, Matahari *Department Store* sebagai produsen harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga dapat mencapai pembelian impulsif yang maksimal.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, antara lain:

1. Matahari *Department Store Arion Mall* disarankan untuk memberi informasi yang tertera jelas pada produk agar konsumen tidak bingung saat berbelanja.
2. Matahari *Department Store Arion Mall* diharapkan dapat menjual produk dengan reputasi merek yang lebih baik lagi agar konsumen dapat merasa cocok dan bangga ketika memakai produk Matahari *Department Store Arion Mall*.