

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa *lingkungan toko* berpengaruh positif terhadap *emosi*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emosi*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *lingkungan toko* atau lingkungan toko salah satu penyebab timbulnya *emosi* atau emosi konsumen terhadap People's Project .
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa *promosi* berpengaruh positif terhadap *emosi*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *promosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emosi*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *promosi* atau promosi menjadi penyebab timbulnya *emosi* yang mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap People's Project .
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *emosi* berpengaruh positif terhadap *pembelian tidak terencana*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *emosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian tidak terencana*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *emosi* atau emosi menjadi penyebab timbulnya *pembelian tidak terencana* atau pembelian tidak terencana konsumen terhadap People's Project .

4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa *lingkungan toko* berpengaruh positif terhadap *pembelian tidak terencana*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *lingkungan toko* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian tidak terencana*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *lingkungan toko* atau lingkungan toko menjadi penyebab timbulnya *impuls buying* atau pembelian tidak terencana konsumen People's Project .
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa *promosi* berpengaruh positif terhadap *pembelian tidak terencana*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *promosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian tidak terencana*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *promosi* atau promosi adalah penyebab timbulnya *pembelian tidak terencana* atau pembelian tidak terencana konsumen People's Project .
6. Hipotesis kelima menyatakan bahwa *lingkungan toko* berpengaruh positif terhadap *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan *lingkungan toko* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *lingkungan toko* menjadi penyebab timbulnya *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi* konsumen People's Project .
7. Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa *promosi* berpengaruh positif terhadap *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi*. **Diterima.**

Karena hasil pengujian menunjukkan *promosi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *lingkungan toko* menjadi penyebab timbulnya *pembelian tidak terencana* yang di mediasi *emosi* People's Project .

## 5.2 Implikasi

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis maka dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diperbaiki, yaitu:

1. Dari hasil penelitian yang telah dianalisis maka dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian berpengaruh terhadap revisit intention, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diperbaiki, yaitu:

1. Variabel Lingkungan Toko (X1)

Variabel Lingkungan Toko memiliki 10 pernyataan, pernyataan dengan jawaban terbanyak adalah Setuju (S) dengan persentase 53,3% dengan jumlah responden 133 responden dan pernyataannya adalah “Menurut saya People's Project memiliki pencahayaan yang baik” dari hasil persentase tersebut People's Project sudah memiliki nilai yang baik dimata konsumen dan jika dapat meningkatkan lagi dari sisi pencahayaan dapat menambah daya Tarik dari People' Project itu sendiri. selanjutnya pernyataan kedua terbanyak adalah “Menurut saya People's Project memiliki karyawan yang

ramah” dengan jumlah persentase 52,8% dan jumlah responden 132 respon, hal ini menunjukkan People’s Project tidak hanya memiliki pencahayaan yang bagus namun juga memiliki karyawan yang ramah yang akan membuat konsumen tidak segan untuk bertanya atau meminta bantuan dalam berbelanja di People’s Project. Dan juga dilihat dari efek langsung dan tidak langsung variabel lingkungan toko memiliki efek langsung yang lebih besar terhadap pembelian tidak terencana diharapkan Peoples Project dapat meningkatkan aspek aspek yang mempengaruhi lingkungan toko agar pembelian tidak terencana dapat lebih sering tercipta dan akan meningkatkan penjualan, sedangkan untuk efek tidak langsung Peoples Project dapat melakukan pembaharuan toko untuk mempengaruhi emosi dari konsumen yang akan meningkatkan terjadinya pembelian tidak terencana

## 2. Variabel Promosi (X2)

Variabel Promosi memiliki Delapan butir pernyataan pernyataan dengan jawaban terbanyak adalah Setuju (S) dengan persentase 50,8% dengan jumlah responden 127 responden dan pernyataannya adalah “promosi (iklan) dari People's Project memotivasi saya untuk membeli produk di People's Project” hal ini menunjukkan promosi yang diberikan oleh People’s Project dapat memotivasi konsumen untuk datang dan berbelanja di people’s Project. selanjutnya pernyataan kedua terbanyak adalah “Saya membeli pakaian di People's Project dengan harga diskon” dengan jumlah persentase 49,2% dan jumlah responden 123 respon dari data tersebut dapat

dilihat bahwa tidak hanya promosi yang memotivasi konsumen untuk datang ke People's Project tetapi diskon juga memiliki peranan tersendiri untuk membantu penjualan People's Project. Dilihat dari efek langsung dan tidak langsung yang dimiliki oleh variabel promosi, efek langsung lebih mempengaruhi oleh karena itu Peoples Project dapat meningkatkan lagi promosi dalam bentuk apapun agar dapat menstimulus terjadinya pembelian tidak terencana sedangkan untuk efek tidak langsung Peoples Project dapat melakukan promosi yang mempengaruhi emosi dari konsumen Peoples Project yang akan meningkatkan terjadinya impulse buying

### 3. Variabel Emosi (Y)

Variabel Emosi memiliki enam butir pernyataan pernyataan dengan jawaban terbanyak adalah Setuju (S) dengan persentase 49,6% dengan jumlah responden 124 responden dan pernyataannya adalah "Setelah mengunjungi People's Project ini, saya merasa puas" dari nilai persentase yang cukup besar menunjukkan bahwa konsumen People's Project merasa puas dengan aspek yang ada di dalamnya. selanjutnya pernyataan kedua terbanyak adalah "Setelah mengunjungi People's Project ini, saya merasa senang" dengan jumlah persentase 48% dan jumlah responden 120 responden tidak hanya puas akan tetapi emosi yang dirasakan oleh konsumen juga merasa senang. Dilihat efek tidak langsung yang dimiliki oleh variabel emosi terhadap lingkungan toko yang dapat dilakukan oleh Peoples Project lebih memperhatikan lagi aspek aspek yang dapat mempengaruhi emosi

konsumen, sedangkan untuk promosi peoples project dapat memberikan promosi yang menarik yang akan mempengaruhi emosi dari konsumen.

#### 4. Variabel Pembelian Tidak Terencana (Z)

Variabel Tidak Terencana memiliki enam butir pernyataan, pernyataan dengan jawaban terbanyak adalah Setuju (S) dengan persentase 50,8% dengan jumlah responden 127 responden dan pernyataannya adalah “Saya cenderung membeli sesuatu diluar dari daftar belanja”, dengan nilai persentase yang cukup besar dapat dikatakan jika sebagian besar konsumen cenderung membeli sesuatu diluar dari daftar belanja mereka, ini dapat ditngkatkan kembali jika People’s Project dapat menngkatkan kembali aspek – aspek yang dapat menimbulkan pembelian tidak terencana. selanjutnya pernyataan kedua terbanyak adalah “Saya pernah melakukan pembelian secara mendadak” dengan jumlah persentase 49,2% dan jumlah responden 123 respon dan juga karena banyak dari konsumen pernah melakukan pembelian tidak terencana seharusnya People;s Project dapat meningkatkan lagi hal – hal yang dianggap dapat menimbulkan pembelian tidak terencana. Dilihat dari efek langsung dan tidak langsung yang dimiliki oleh variabel lingkungan toko dan variabel pembelian tidak terencana efek langsung lah yang akan lebih mempengaruhi pembelian tidak terencana. Sedangakn untuk variabel promosi dan pembelian tidak terencana efek lansung jugalah yang akan lebih mempengaruhi.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk peneliti lanjutan:
  - 1.1 Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel bebas lainnya yang memungkinkan dapat mendukung variabel *pembelian tidak terencana* sebagai variabel terikat, antara lain *store atmosphere*, *store layout*, *service quality*, dan *perceived value*.
  - 1.2 Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda namun memiliki variabel yang sama, atau sebaliknya dengan menggunakan objek penelitian yang sama namun memiliki variabel yang berbeda.
2. Saran untuk toko people's project :
  - 2.1 Pada variabel *store environemnt*, saran yang dapat diberikan yaitu pertama People's project dapat meningkatkan aspek-aspek yang terdapat di dalam *lingkungan toko* agar dapat memotivasi konsumen agar mau berlama-lama di dalam toko. *Layout* toko juga menjadi sangat penting agar dapat menarik hati konsumen yang untuk mau masuk ke dalam toko.

Kedua, toko hendaknya memperhatikan tata letak toko dan *sales asisstant* karena kedua aspek ini merupakan aspek yang penting dari *lingkungan toko* dan dapat meningkatkan atau memotivasi konsumen untuk melakukan *pembelian tidak terencana*.

2.2 Pada variabel *promosi*, saran yang dapat diberikan yaitu pertama People's Project seharusnya lebih memberikan promosi yang lebih banyak lagi agar dapat terus menaikkan penjualan toko, karena melihat dari data laporan keuangan pada saat bualan ramadhan dan setelah lebaran terjadi perbedaan hasil penjualan, untuk tetap menjaga kestabilan pemasukan promosi harus tetap dilakukan karena promosi memegang peranan penting agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ada.

Kedua, toko People's Project harus lebih aktif untuk menarik perhatian konsumen karena tidak ada promosi yang tidak berguan maka segala macam promosi yang dapat dilakukan sebaiknya dilakukan.