

## 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 terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara store atmosphere, sales promotion terhadap impulse buying di Miniso Green Pramuka Square pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yaitu 18,6% sedangkan sisanya 81,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi berganda  $\hat{Y} = 8,451 + 0,205 X_1 + 0,278 X_2 + 0,276 X_3$ . Dari model persamaan regresi berganda di atas dapat diinterpretasikan bahwa, apabila *impulse buying* (Y) meningkat, maka *hedonic shopping* ( $X_1$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, sebesar 0,205 pada konstanta sebesar 8,451. Sementara itu, apabila *store atmosphere* ( $X_2$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka *impulse buying* (Y) akan meningkat sebesar 0,278 pada konstanta 8,451. Dan apabila *sales promotion* ( $X_3$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka *impulse buying* (Y) akan meningkat sebesar 0,276 pada konstanta 8,451.

#### 1. *Hedonic shopping* dengan *Impulse buying*

Terdapat pengaruh *hedonic shopping* dengan *impulse buying* di Miniso Green Pramuka Square pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Impulse buying dapat ditentukan oleh *hedonic shopping*, dilihat dari seberapa

besar *hedonic shopping* menerangkan variabel *impulse buying*, bahwa hasilnya yang didapat adalah berupa angka sebesar 4% dan sisanya 96% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 23,130 + 0,175X1$ . Koefisien bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *hedonic shopping* dengan *impulse buying*. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *impulse buying* maka semakin meningkat pula *hedonic shopping*.

## **2. Store atmosphere dengan Impulse buying**

Terdapat hubungan yang positif antara *store atmosphere* dengan *impulse buying* di Miniso Green Pramuka Square pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Impulse buying* ditentukan oleh *store atmosphere* sebesar 5,4% dan 94,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 25,573 + 0,169 X2$ . Koefisien X2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *store atmosphere* dengan *impulse buying*. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *store atmosphere* maka semakin meningkat pula *impulse buying*.

## **3. Sales promotion dengan Impulse buying**

Terdapat hubungan yang positif antara *sales promotion* dengan *impulse buying* pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Impulse buying* ditentukan oleh *sales promotion* sebesar 3,6% dan sisanya 96,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 27,054 + 0,142X3$ . Koefisien X3 bernilai positif artinya terdapat pengaruh

antara *sales promotion* dengan *impulse buying*. Artinya, terdapat hubungan yang positif signifikan antara *sales promotion* dengan *impulse buying*.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic shopping*, *store atmosphere* dan *sales promotion* mempengaruhi *impulse buying*. *Hedonic shopping*, *store atmosphere* dan *sales promotion* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan *impulse buying*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel *impulse buying* terlihat bahwa indikator dari variabel *impulse buying* terlihat bahwa tipe *Pure Impulse Buying* dengan indikator yang memiliki skor tertinggi adalah pembelian tanpa berpikir akibatnya sebesar 27,15%. Selanjutnya, tipe *Reminder Impulse Buying* dengan indikator pembelian dipengaruhi keadaan emosional sebesar 21,09%, tipe *Suggested Impulse Buying* dengan pembelian dipenuhi dengan penawaran menarik sebesar 20,16%, tipe *Pure Impulse Buying* dengan indikator pembelian tanpa direncanakan sebelumnya sebesar 18,91% dan yang memiliki skor terendah adalah tipe *Planned Impulse Buying* dengan indikator pembelian dipenuhi dengan penawaran menarik sebesar 18,68%.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu Miniso Green Pramuka Square dapat meningkatkan *hedonic shopping*, *store atmosphere* dan *sales promotion* untuk dapat meningkatkan *impulse buying*. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak Miniso Green Pramuka Square adalah dengan menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah dan melakukan perbaikan - perbaikan untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel *impulse buying* dengan indikator pembelian dipenuhi dengan penawaran menarik. Pada *hedonic shopping* dengan indikator konsumen berbelanja untuk mengikuti trend model-model terbaru. Pada variabel *store atmosphere* indikator terendahnya komunikasi visual. Pada *sales promotion* indikator terendahnya adalah promosi dengan memberikan diskon. Selain itu, Miniso green Pramuka Square juga harus mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi sehingga dapat mencapai kegiatan *impulse buying* yang maksimal.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying di Miniso Green Pramuka Square dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu hedonic shopping, store atmosphere, dan sales promotion. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi impulse buying.
2. Faktor lain yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja di Miniso Green Pramuka Square.
3. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda.
4. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner.

#### **D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini ditunjukkan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu, pada perusahaan Miniso Green Pramuka dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Perusahaan Miniso Green Pramuka Square

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping*, *store atmosphere*, dan *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying*. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini antara lain:

- a. Miniso Green Pramuka Square seharusnya melakukan kegiatan efektif yang dapat meningkatkan *hedonic shopping*, *store atmosphere* dan *sales promotion* yang perusahaan lakukan, maka semakin tinggi pula *impulse buying* konsumen terhadap Miniso Green Pramuka Square.
- b. Miniso Green Pramuka Square dapat memberikan rasangan penjualan produk yang lebih menyenangkan untuk memberikan efek emosional yang berkesan baik pada konsumen, sehingga dapat menimbulkan rasa kesenangan dalam berbelanja dan dapat meningkatkan pula *impulse buying* di Miniso Green Pramuka Square
- c. Miniso Green Pramuka Square seharusnya memberikan *store atmosphere* yang lebih membuat nyaman para pengunjung dan konsumen yang datang di Miniso Green Pramuka. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan *impulse buying* pada Miniso Green Pramuka Square.
- d. Miniso Green Pramuka Square seharusnya meningkatkan *sales promotion* yang lebih baik untuk menjangkau target penjualan. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan *impulse buying* pada Miniso Green Pramuka Square.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Pada penelitian ini hanya menguji tiga variabel yaitu *hedonic shopping*, *store atmosphere*, dan *sales promotion* pada *impulse buying* di Miniso Green Pramuka Square, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menambah variabel lainnya.
- b. Pada penelitian ini pemilihan populasi hanya pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup mahasiswa di Jakarta.
- c. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih beragam dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
- d. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu mendukung topik yang diteliti.