BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ketersediaan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keadaan emosional menunjukkan hasil tidak didukung. Kecenderungan ini dapat disebabkan karena responden yang pada penelitian ini mereka tidak mempertimbangkan masalah waktu sebagai penyebab pembelian impulsif. Selain itu, adanya kemungkinan para responden memang tidak mempunyai masalah waktu dengan mereka biasa berlama-lama berada di *mall*, sehingga membuat mereka melakukan pembelian impulsif.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor atmosfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keadaan emosional menunjukkan hasil didukung. Faktor atmosfer mempengaruhi keadaan emosional konsumen yang dapat menyebabkan meningkatnya atau menurunnya suatu pembelian. Semakin baik atmosfer yang dimiliki oleh suatu toko, maka akan mengakibatkan keadaan emosional konsumen dalam berbelanja semakin baik pula.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kehadiran orang lain berpengaruh dan signifikan terhadap keadaan emosional menunjukkan

hasil tidak didukung. Apabila seseorang berbelanja sendiri atau bersama orang lain seperti keluarga atau teman, hal tersebut dapat mempengaruhi keadaan emosional seseorang dalam berbelanja. Akan tetapi, kedua hal tersebut tergantung dari setiap individu dalam menyikapi tidak atau adanya kehadiran orang lain dalam berbelanja.

4. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kesesakan toko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keadaan emosional menunjukkan hasil didukung. Semakin tinggi kesesakan yang dialami oleh seseorang ketika berbelanja akan mengakibatkan kesenangan, kegairahan, serta dominasi orang tersebut dalam berbelanja akan semakin rendah. Selain itu, hal tersebut juga akan menyebabkan kemungkinan mereka dalam melakukan pembelian impulsif semakin rendah karena mereka tidak merasa nyaman ketika berada di toko tersebut.
5. Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa keadaan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif menunjukkan terdukung. Emosi positif menghasilkan sebuah pengaruh positif terhadap perilaku pembelian secara impulsif. Hasil penelitian menunjukan bahwa konsumen yang memiliki perasaan senang dan merasa puas, secara impulsif akan membeli lebih banyak produk selama perjalanan belanja mereka.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti sangat menyadari adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa faktor lingkungan diantaranya

ketersediaan waktu, faktor atmosfer, kehadiran orang lain, dan kesesakan toko yang dapat berpengaruh tehadap perilaku pembelian impulsif melalui keadaan emosional.

Selain itu, informasi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner kemungkinan terdapat kebiasan dan tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya. Hal tersebut disebabkan karena kemampuan responden untuk memahami butir pertanyaan pada kuesioner tidak sama meskipun kuesioner tersebut telah diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh penelitian selanjutnya. Saran-saran dari peneliti untuk penelitian-penelitian serupa adalah sebagai berikut:

1. Bagi para peneliti yang ingin melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini disarankan untuk menambah variabel lain tekait dengan faktor lingkungan yag dapat berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.
2. Bagi para peneliti yang ingin melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini disarankan untuk menambah atau mengganti teknik pengambilan sampel, seperti wawancara secara langsung kepada konsumen agar dapat meminimalisir kebiasan dan menunjukkan kondisi yang sebenarnya.