

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian tentang suasana toko, promosi dan pelayanan pramuniaga terhadap pembelian impulsif di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Suasana toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.
2. Promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.
3. Pelayanan pramuniaga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.
4. Suasana toko, promosi dan pelayanan pramuniaga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan di atas, adapun beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan pembelian impulsif antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Objek Penelitian

- a. Manajemen Mirota Kampus Yogyakarta hendaknya mempertahankan suasana toko yang sudah dinilai baik oleh pelanggan dengan jalan melakukan pengecekan berkala seperti pada pencahayaan, musik, sistem pengaturan udara, warna ruangan, layout, aroma, pengelompokan produk dan penataan display produk agar tetap berfungsi dengan baik. Konsumen yang awalnya hanya berbelanja kebutuhan yang diperlukan ketika betah dan nyaman memasuki toko maka akan timbul pembelian impulsif diluar daftar belanjaan.
- b. Konsumen yang cenderung sering membeli produk tambahan tanpa direncanakan sebelumnya dan adanya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan *impulse buying* pada konsumen dapat dijadikan peluang dan dimanfaatkan oleh Mirota kampus maupun *supplier* untuk melakukan kegiatan promosi diluar toko maupun didalam toko. Hal ini dilakukan untuk mengingatkan konsumen akan suatu produk dan membuat konsumen tertarik yang pada akhirnya akan membeli produk tersebut tanpa direncanakan sebelumnya.
- c. Perusahaan juga perlu melakukan pelatihan terhadap pramuniaga agar tetap ramah dan kompeten dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Pramuniaga juga harus mampu memikat hati pelanggan terhadap

produk-produk yang ditawarkan agar pelanggan tertarik untuk membeli suatu produk diluar daftar belanjaan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yakni suasana toko, promosi dan pelayanan pramuniaga. Akan tetapi sebenarnya masih ada variabel lain yang memiliki hubungan terhadap pembelian impulsif yang tidak tercantum pada penelitian ini. Sehingga pada penelitian selanjutnya diperlukan pengujian variabel lain atau faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku pembelian impulsif.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

1. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
2. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yakni suasana toko, promosi dan pelayanan pramuniaga. Tetapi, sebenarnya masih ada variabel lain yang memiliki hubungan terhadap perilaku pembelian impulsif yang tidak tercantum pada penelitian ini.