

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian dapat diambil atau dikemukakan kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

Variabel-variabel yang ada didalam penelitian ini yaitu faktor-faktor didalam motivasi *external* yaitu *Visual Merchandising* (cinderamata), *Promotion Activity* (aktivitas promosi), *In Store Shopping Environment* (belanja dilingkungan toko) dan faktor-faktor didalam motivasi *internal* yaitu *Gender* (jenis kelamin), *Hedonic Motivation* (motivasi hedonik), *Credit Card* (kartu kredit). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor – faktor didalam motivasi *external* yaitu *Promotion Activity* dan *In Store Shopping Environment* sedangkan faktor-faktor didalam motivasi *internal* yaitu *Credit Card* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Pada deskriptif variabel menunjukkan bahwa variabel *credit card* sudah sangat baik dimana pelanggan merasa puas dengan kelebihan kartu kredit pelanggan tidak perlu membayar diawal belanja.

B. Saran

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan agar lebih diperjelas, dipahami dan dimengerti oleh responden pada item-item pertanyaan didalam kuesioner untuk hipotesis pertama yaitu *visual merchandising*

dikarenakan dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini ditolak.

2. Pada hipotesis kedua yaitu *promotion activity* disarankan untuk peneliti yang akan datang agar lebih meningkatkan jumlah item pertanyaan didalam kuesioner karena dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini diterima.
3. Pada hipotesis ketiga yaitu *in store shopping environment* disarankan untuk peneliti yang akan datang agar lebih meningkatkan jumlah item pertanyaan didalam kuesioner karena dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini diterima.
4. Disarankan untuk peneliti yang akan datang agar lebih memperjelas lagi item-item pertanyaan yang ada didalam kuesioner pada hipotesis ke empat yaitu *gender* dikarenakan dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini ditolak.
5. Disarankan untuk peneliti yang akan datang agar lebih memperjelas lagi item-item pertanyaan yang ada didalam kuesioner pada hipotesis ke empat yaitu *hedonic motivation* dikarenakan dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini ditolak.
6. Pada hipotesis keenam yaitu *credit card* disarankan untuk peneliti yang akan datang agar lebih meningkatkan jumlah item pertanyaan didalam kuesioner karena dari hasil olah data pada uji parsial (uji t) hipotesis ini diterima.

C. Implikasi Manajerial

Dalam penelitian ini terbukti bahwa :

1. *Promotion activity* berpengaruh secara positif dan signifikan, oleh karena itu pihak toko harus melakukan promosi lebih agresif lagi terutama di kategori *low involvement product*. Promosi yang agresif contohnya adalah dengan memberikan diskon besar-besaran (*buy one get one*, potongan harga), memasang spanduk disekitaran toko.
2. *In Store Shopping Environment* berpengaruh secara positif dan signifikan, oleh karena itu pihak toko harus meningkatkan sistem pelayanan agar konsumen yang berbelanja merasa puas dan dihargai. Tampilan didalam toko harus dibuat semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk melihat toko tersebut dan melakukan pembelian. Tata letak barang-barang yang ada didalam toko sebaiknya diletakkan sesuai dengan jenis produknya dan sistem pembayaran juga harus mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran dengan cara menyediakan mesin ATM.
3. *Credit card* berpengaruh secara positif dan signifikan, oleh karena itu pihak toko harus memperluas jaringan kartu kredit dengan cara lebih memperbanyak mesin atm dari berbagai macam bank agar konsumen mudah untuk melakukan transaksi pembayaran.