

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Implikasi Manajerial

Melalui hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan khususnya bagi pihak praktisi. Bagi pihak praktisi, peneliti mengusulkan beberapa tindakan bagi fungsi manajerial bagi Lawson cabang Suria Sumantri Bandung yang dibahas sebagai berikut:

- Fungsi Pemasaran

Dalam rangka menarik pengunjung untuk mengunjungi gerai Lawson cabang Suria Sumantri Bandung dan kemudian mendorong terjadinya pembelian melalui pembelian tanpa direncanakan oleh pengunjung, pemasar dapat mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang menarik disamping *store atmosphere*. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil penelitian, *store atmosphere* kurang dapat memberikan dorongan bagi konsumen untuk melakukan pembelian tanpa direncanakan.

Pemasar perlu merancang komunikasi pemasaran yang menarik. Komunikasi pemasaran yang dapat menjadi alternatif pilihan bagi perusahaan, salah satunya ialah dengan menawarkan berbagai promo barang seperti misalnya potongan harga, diskon, penetapan *bundling* dan lain sebagainya. Promo yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan

dapat membuat konsumen menjadi terdorong untuk membeli, sekalipun sebenarnya produk tersebut bukan termasuk kedalam perencanaan produk yang dibeli oleh konsumen.

Disamping melakukan berbagai promo yang menarik, perusahaan juga dapat melakukan berbagai *event* yang membuat konsumen menjadi terdorong untuk melakukan pembelian produk yang tidak direncanakan sebelumnya. Perusahaan dapat memberikan penawaran menarik bagi konsumen apabila konsumen melakukan pembelian dalam jumlah tertentu. Perusahaan dapat menawarkan potongan harga, pemberian hadiah, ataupun yang lain sebagainya setiap konsumen berhasil untuk memenuhi syarat yang diajukan.

- Fungsi Keuangan

Bagian keuangan dapat mempertimbangkan pengeluaran dana yang berkaitan dengan *store atmosphere*. Apabila mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, *store atmosphere* pada Lawson cabang Suria Sumantri tidak memberikan pengaruh terhadap terjadinya pembelian tanpa direncanakan, untuk itu perlu dilakukan analisis lebih lanjut bagian mana pada *store atmosphere* Lawson cabang Suria Sumantri yang memang perlu untuk dibenahi sesuai kebutuhan. Untuk mendorong pembelian tanpa direncanakan oleh konsumen juga bagian keuangan dapat berfokus mengalokasikan dana pada aspek lain seperti mengalokasikan dana pada program potongan harga, ataupun *event* yang telah dibahas pada poin sebelumnya.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Disamping fungsi manajerial yang telah dibahas sebelumnya, fungsi sumber daya manusia dapat diberdayakan untuk mendorong terjadinya pembelian tanpa direncanakan. Manajemen dapat memberikan penguluhan kepada seluruh karyawan untuk mau memberikan anjuran-anjuran produk kepada konsumen. Ketika karyawan memberikan usulan produk kepada konsumen, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan sekalipun konsumen tidak memiliki perencanaan untuk melakukan pembelian produk tersebut sebelumnya. Anjuran-anjuran produk ini dapat dilakukan pada saat konsumen sedang melakukan pemilihan barang, ataupun setelah melakukan pemilihan barang yaitu dengan memberikan penawaran untuk membeli produk lainnya.

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* terhadap *impulsive buying* baik secara simultan maupun parsial. Selanjutnya untuk menjawab tujuan dari dilakukannya penelitian tersebut, peneliti melakukan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Hasil pengolahan data secara parsial menunjukkan bahwa *instore atmosphere* tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada Lawson cabang Suria Sumantri Bandung, dimana tingkat signifikansi variabel *instore atmosphere* terhadap *impulsive buying* ialah sebesar 0.018. 0.018

lebih besar bila dibandingkan dengan *alpha* yaitu sebesar 0.01 (1%) dan *outstore atmosphere* juga tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada Lawson cabang Suria Sumantri Bandung dimana signifikansi variabel *outstore atmosphere* sebesar 0.358. 0.358 lebih besar dibandingkan dengan *alpha* yaitu sebesar 0.01 (1%) ; dengan demikian maka pengujian secara simultan juga menunjukkan hasil yang sama, dimana secara simultan *outstore atmosphere* dan *instore atmosphere* tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada Lawson cabang Suria Sumantri Bandung, dimana signifikansi (0.049) lebih besar dibandingkan dengan *alpha* yaitu sebesar 0.01 (1%).

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak terlepas dari berbagai keterbatasan penelitian, untuk itu peneliti bermaksud untuk memberikan masukan yang dapat bermanfaat dalam mengembangkan hasil penelitian yang akan dilakukan kedepannya sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti kurang merata bila ditinjau dari faktor demografi, seperti berdasarkan status perkawinan, pendidikan terakhir, usia dan pendidikan terakhir responden yang sangat timpang pada salah satu pilihan jawaban. Untuk itu, pada penelitian berikutnya, diharapkan penetapan faktor demografi responden dapat lebih merata.
2. Metode *sampling* yang digunakan oleh peneliti ialah *purposive sampling* dengan kriteria konsumen Lawson cabang Suria

Sumantri Bandung yang pernah melakukan pembelian sebanyak minimal lima kali pembelian. Untuk penelitian berikutnya, dapat lebih dikembangkan metode *sampling* yang lebih tepat, ataupun *judgement* (kriteria) yang lebih relevan.

3. Dalam merangkai kalimat pertanyaan (item pertanyaan) peneliti kurang sempurna dalam menyajikan pertanyaan yang mungkin dapat membingungkan ataupun menimbulkan penafsiran yang berbeda. Untuk itu, pada penelitian berikutnya diharapkan dapat menyajikan item pertanyaan yang lebih baik.
4. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil tidak berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial antara *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere* terhadap *impulsive buying*. Pada penelitian kedepan, diharapkan peneliti dapat menganalisis lebih jauh, faktor apa yang mempengaruhi *impulsive buying* pada Lawson cabang Suria Sumantri Bandung.