

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial *Shopping Life Style* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying*, hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki *life style* belanja akan bertindak *impulse buying*, selain itu pengunjung di Duta Mode Jepara menanggapi setiap tawaran iklan mengenai produk fashion dan merka berbelanja fashion merek terkenal, serta pengunjung cenderung membeli pakaian model terbaru ketika peneliti melihatnya di Duta Mode Jepara.
2. Secara parsial *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat *Store Atmosphere* maka akan semakin tinggi *impulse buying* terbukti dari indikator variabel *store atmosphere* yang paling mendominasi, diantaranya musik serta warna yang menarik bagi pengunjung. Kondisi ini menunjukkan jika *store atmosphere* dapat ditingkatkan dengan memperbaiki desain tempat belanja dari segi eksterior, interior, *layout* di Duta Mode Jepara supaya dapat meningkatkan *impulse buying* pengunjung.

3. Secara parsial *display product* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Semakin baik tingkat *display product* maka akan semakin tinggi *impulse buying*, karena dengan tata letak yang rapi dan berurutan sesuai jenis produk, konsumen akan merasa nyaman dan dimudahkan dalam mencari produk yang ingin membelinya.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disimpulkan berkaitan dengan perilaku menabung diantaranya:

1. *Display product*

- a. Merupakan variable yang mendominasi sehingga perlu mempertahankan kondisi atmosfir Duta Mode Jepara agar selalu berinovasi pada tampilan *display* atau tatanan yang lebih inovatif dan menarik supaya tidak membosankan pengunjung.
- b. Untuk indikator dari *display product* yang mempunyai nilai paling rendah adalah, mudah diperoleh. Dimana saran yang bisa peneliti berikan adalah penataan barang yang berada didinding duta mode supaya bisa dijangkau dengan mudah oleh pengunjung ketika mereka minat untuk membeli. Seperti disediakan alat untuk mengambil produk yang dipajang didinding toko.

2. *Store atmosphere*

- a. Sebaiknya mempertahankan kualitas wangi-wangian yang dipakai didalam toko untuk merangsang kenyamanan pembeli, dan juga

mempertahankan serta meningkatkan saturasi warna yang ada didalam toko untuk membuat pengunjung senang berbelanja di Duta Mode Jepara.

- b. Adapun indikator yang memiliki nilai terendah yaitu Musik, dimana kemungkinan besar musik yang diputar didalam toko tidak sesuai dengan genre pembeli yang datang. Hal ini bisa diatasi dengan memutar playlist yang sederhana dan enak didengar, seperti hanya sebuah instrumen piano atau biola yang manis didengar untuk semua kalangan.

3. *Shopping Lifestyle*

- a. Merupakan variabel yang berpengaruh positif pada *impulse buying*. Sebaiknya Duta Mode Jepara menyediakan tempat untuk nongkrong semacam café atau restoran, dimana tujuannya adalah selain pengunjung bisa berbelanja mereka juga bisa sekadar menongkrong di area toko untuk menghilangkan kejenuhan apabila selesai berbelanja.
- b. Indikator paling rendah nilainya adalah penghilang sedih, dimana tidak semua pengunjung pergi berbelanja hanya karena sedang merasa sedih. Saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah playlist lagu yang banyak diminati masyarakat dan juga suasana yang nyaman agar seseorang merasa nyaman dan senang ketika berbelanja di Duta Mode Jepara. Suasana yang nyaman juga bisa

membuat seseorang merasa senang untuk berbelanja ketika sedang merasakan sedih.

4. Keterbatasan penelitian ini dapat diatasi dengan penyempurnaan penelitian mendatang dengan:
 - a. Memperbanyak sampel/responden
 - b. Dilakukan pada perusahaan manufaktur
 - c. Metode penelitian menggunakan longitudinal time
 - d. Metode analisis yang multi variant dan kompleks
5. Dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel lain seperti *personal selling*, *price discount* dan lain-lain serta dimensi-dimensi pada model yang telah ada maupun pada model yang mengalami pengembangan.



