

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai Pengaruh Faktor Stimulus Internal dan Eksternal Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif The Body Shop di Mall Paris Van Java Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Stimulus Internal pada produk The Body Shop Paris Van Java termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya pihak The Body Shop sudah memahami kepekaan terhadap keinginan konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian impulsif. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Consumer Characteristic* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Situasional Factor*.
2. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Stimulus Eksternal pada produk The Body Shop Paris Van Java termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya pihak The Body Shop sudah memahami animo konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian impulsif. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Store Characteristic* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Product Characteristic*.

3. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel perilaku Pembelian Impulsif atau membeli secara tiba-tiba pada produk The Body Shop Paris Van Java termasuk kedalam kategori yang cukup baik. Artinya apa yang responden rasakan, lihat, segalanya telah sesuai keinginan responden dari halnya seperti penataan toko, warna lampu, keunikan kemasan, harga, dan kualitas, kemudian media warna yang diberikan di dalam toko sangat berpengaruh untuk stimuli atau animo responden. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Kognitif* sedangkan persentase terendah ada pada indikator *Afektif*.

4. Hasil penelitian verivikatif menunjukkan bahwa :

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Stimulus Internal pada produk The Body Shop Varis Van Java memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Stimulus Eksternal pada produk The Body Shop Varis Van Java memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Dari pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan kontribusi yang kuat antara variabel Stimulus Internal dan Eksternal Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktro lain yang tidak diamati didalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Faktor Stimulus Internal dan Eksternal terhadap Perilaku Pembelian Impulsif The Body Shop Varis Van Java, yaitu sebagai berikut :

1. Pada Stimulus Internal, leader dari The Body Shop Varis Van Java disarankan sebaiknya dalam memahami konsumen dapat melakukan seperti membuat kotak dan saran atau pengaduan agar lebih dapat mengerti apa yang dibuthkan stimuli dari konsumen.
2. Pada Stimulus Eksternal, di harapkan sebaiknya leader dari The Body Shop Varis Van Java melakukan *research* tentang betapa pentingnya desain toko seperti halnya warna lampu, warna tembok, aroma, dan juga logo atau symbol dengan tulisan yang menarik, sehingga dengan demikian sikap pembelian impulsif akan dengan mudah tercipta atau muncul kepada konsumen.
3. Pada Perilaku Pembelian Impulsif, leader dari The Body Shop Varis Van Java disarankan sebaiknya sebelum melakukan peluncuran product terbaru ada beberapa hal yang harus dipastikan terlebih dahulu dan menjadi pertimbangan untuk meningkatka penjualan yaitu, membuat kemasan semenarik mungkin atau *packaging* yang unik atau dengan harga promo, adapun cara yang lain yang sangat efektif yaitu membuat stimuli konsumen terasa nyaman contohnya desain toko yang menjadi media akan dilihat dari konsumen dan dinilai itu menarik atau tidak sehingga dari hal itu konsumen akan menentukan untuk psikomotorik otak dan perasaan nya bekerja.

4. Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti faktor-faktor Stimulus Internal dan Stimulus Eksternal yang mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif diantaranya adalah nilai, persepsi kepentingan serta faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi besar pada perilaku pembelian impulsif.