

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Suasana Toko, Emosi Berbelanja, Gaya Hidup Berbelanja, dan Pembelian Impulsif di Ciwalk Mall Bandung tergolong cukup baik, dapat dilihat dari tanggapan responden sebagai berikut:

- a) Suasana toko di Ciwalk Mall Bandung berdasarkan indikator kebersihan, pencahayaan, warna, dan tata letak secara keseluruhan masih tergolong cukup baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah tata letak, hal ini berarti tata letak pada setiap store yang ada di Ciwalk Mall sudah tertata dengan baik, di mana konsumen dapat menyusuri Ciwalk Mall tanpa terasa seperti berada di pusat perbelanjaan di mana konsumen diajak untuk mengenal satu persatu outlet yang ada, ditambah adanya kesan teduh dan rindang oleh pepohonan yang ada di sekitar mall. Namun, masih ada permasalahan yang perlu diperbaiki salah satunya yang berkaitan dengan indikator suhu ruangan yang merupakan indikator dengan persentase terendah, yaitu bahwa penggunaan suhu ruangan di Ciwalk Mall Bandung terlalu rendah.

- b) Untuk emosi berbelanja di Ciwalk Mall Bandung dengan indikator *pleasure*, *arousal*, dan *dominance* masih tergolong cukup baik. Indikator dengan skor tertinggi adalah *arousal*, hal ini disebabkan oleh banyaknya konsumen yang tertarik untuk berbelanja di Ciwalk Mall Bandung, juga adanya keinginan dari konsumen untuk berinteraksi langsung dengan para pegawai ketika melakukan belanja, karena indikator *arousal* ini mengacu pada sejauh mana konsumen merasa meluap-luap dan aktif ketika berada di dalam toko.
- c) Untuk gaya hidup berbelanja konsumen di Ciwalk Mall Bandung dengan indikator aktivitas, ketertarikan, serta opini masih tergolong baik. Indikator dengan persentase skor tertinggi yaitu indikator aktivitas yang artinya konsumen melakukan aktivitas berbelanja di Ciwalk Mall untuk menghabiskan waktu dan uang untuk berbelanja.
- d) Kemudian, untuk pembelian impulsif yang dilakukan konsumen di Ciwalk Mall Bandung dengan indikator pembelian spontan, pembelian tanpa berpikir, dan pembelian yang dipengaruhi oleh kondisi emosional secara keseluruhan cukup baik. Indikator dengan skor tertinggi yakni indikator pembelian yang dipengaruhi oleh kondisi emosional yang artinya konsumen melakukan aktivitas belanja dipengaruhi oleh kondisi emosional yang dirasakan contohnya seperti

ketika konsumen memiliki kondisi emosional yang positif maka akan muncul ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Pembelian impulsif dipengaruhi secara signifikan oleh suasana toko pada konsumen di Ciwalk Mall Bandung secara parsial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa pembelian impulsif membutuhkan suasana toko yang baik dan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Karena dengan suasana toko yang diciptakan dengan baik dan menarik bagi konsumen dapat menjadi salah satu hal yang dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Pembelian impulsif dipengaruhi secara signifikan oleh emosi berbelanja pada konsumen di Ciwalk Mall Bandung secara parsial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, tanggapan responden yang diberikan menunjukkan bahwa secara keseluruhan emosi berbelanja di Ciwalk Mall Bandung cukup baik. Emosi berbelanja yang ditimbulkan oleh lingkungan belanja akan mempengaruhi pembelian konsumen, dan dapat berkontribusi pada keputusan belanja yang impulsif. Ketika berbelanja seseorang akan merasa senang dan bahagia tentunya karena dapat memiliki apa yang diinginkannya.
4. Pembelian impulsif dipengaruhi secara signifikan oleh gaya hidup berbelanja pada konsumen di Ciwalk Mall Bandung secara parsial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa semakin baik gaya hidup berbelanja yang dimiliki konsumen maka akan meningkatnya pembelian impulsif.

5. Suasana toko, emosi berbelanja, dan gaya hidup berbelanja berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen di Ciwalk Mall Bandung secara simultan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jelas bahwa suasana toko, emosi berbelanja, dan gaya hidup berbelanja penting karena dapat memberikan dampak pada pembelian impulsif, yang artinya semakin baik terciptanya suasana toko maka perilaku pembelian impulsif akan meningkat, selanjutnya semakin baik emosi berbelanja konsumen saat berada di mall maka akan meningkatkan aktivitas pembelian impulsif, juga dengan semakin baik gaya hidup berbelanja yang dimiliki konsumen, maka perilaku pembelian impulsif juga akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya juga berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Suasana Toko, Emosi Berbelanja, dan Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif studi kasus pada konsumen Ciwalk Mall Bandung, penulis mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai suasana toko yang tergolong pada kriteria cukup baik, yang di mana terdapat indikator terendah yaitu indikator suhu ruangan oleh karena itu dari segi suhu ruangan perlu diperhatikan kembali agar dapat membuat konsumen merasa nyaman ketika melakukan aktivitas belanja di Ciwalk mall. Misalnya suhu ruangan di atur sesuai dengan kondisi yang terjadi.

Contohnya apabila keadaan sedang panas maka suhu diatur lebih tinggi dan apabila keadaan sedang dingin suhu diatur lebih rendah.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai emosi berbelanja yang tergolong pada kategori cukup baik, di mana terdapat indikator terendah yaitu *pleasure*, sebaiknya perusahaan dapat membuat konsumen merasa senang, dan puas ketika berada di dalam toko. Dalam hal ini perusahaan perlu meningkatkan kembali pelayanan seperti lebih ramah, gesit, dan dapat meningkatkan perasaan senang dalam diri konsumen agar dapat menjadi faktor pendukung yang dapat membuat konsumen melakukan pembelian.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai gaya hidup berbelanja yang berada pada kategori yang tergolong cukup baik, dimana terdapat indikator terendah yaitu opini, oleh karena itu ciwalk mall dapat membuat konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan berbelanja ketika berada di ciwalk mall.
4. Berdasarkan tanggapan responden mengenai pembelian impulsif yang berada pada kategori cukup baik, di mana terdapat indikator terendah yaitu indikator pembelian spontan, sebaiknya toko-toko yang ada di ciwalk mall untuk fokus menargetkan konsumen-konsumen dengan strategi pembelian impulsif, seperti dengan menerapkan diskon, membuat tampilan toko lebih menarik perhatian konsumen, membuat produk-produk yang dijual terlihat lebih menarik sehingga akan

memberikan dorongan bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan dapat meningkatkan pembelian secara impulsif.

5. Secara keseluruhan suasana toko, emosi berbelanja, gaya hidup berbelanja, dan juga pembelian impulsif pada ciwalk mall bandung sudah dikatakan berpengaruh, akan tetapi ciwalk mall harus tetap memaksimalkan kembali hal-hal yang dirasa kurang dan yang sekiranya harus diperbaiki agar dapat membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian atau sekedar berkunjung ke ciwlak mall Bandung.