BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai Pengaruh Suasana Toko Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif Pada The Oasis Factory Outlet Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* di The Oasis Factory Outlet Bandung di nilai baik yaitu diperoleh dengan skor sebesar 68,7 %. Skor terendah terdapat pada indikator tampak di depan toko yaitu sebesar 66,4%, dan skor tertinggi terdapat pada indikator *interior display* yaitu sebesar 70,5%.
2. Gaya hidup pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung di nilai cukup baik diperoleh dengan skor 63,07%. Skor yang paling tinggi berada pada indikator *Inner directed,* yaitu sebesar 69,1%, dan skor terendah terdapat pada *need driven* yaitu sebesar 55,3%.
3. Pembelian impulsif pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung dinilai cukup baik diperoleh skor sebesar 67,35%. Skor tertinggi terdapat pada indikator afektif yaitu sebesar 73% sedangkan pada indikator kognitif sebesar 61,7%.

4. Dari pembahasan penelitian terbukti bahwa terdapat pengaruh yang sedang antara *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif. Pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 56.74% terhadap Pembelian impulsif (Y) pada The Oasis *factory outlet* Bandung, dengan tingkat hubungan yang kuat dan signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 43.26% dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan penulis. Sedangkan secara parsial, variabel X_1 (*Store atmosphere*) terhadap variabel Y (Pembelian impulsif) memiliki pengaruh positif sebesar 0,1125 atau 11,25%. Dan X_2 (Faktor Gaya Hidup) terhadap variabel Y (Pembelian impulsif) memiliki pengaruh positif sebesar 0,4549 atau 45,49%.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan dalam laporan penulisan skripsi ini antara lain:

1. Meskipun *store atmosphere* di The Oasis *factory outlet* baik menurut konsumen, tetapi akan lebih baik lagi bila *store atmosphere* yang baik tersebut dapat ditingkatkan dan dikembangkan lagi dalam indikator terendah yaitu tampak depan toko, sehingga ketika konsumen berjalan lewat di depan The Oasis *factory outlet* menjadi tertarik karena produk yang ditampilkan belum pernah dilihat sebelumnya.
2. Tanggapan gaya hidup di The Oasis *factory outlet* cukup baik menurut konsumen, namun akan lebih baik lagi apabila gaya hidup tersebut dapat dikembangkan lagi dalam indicator terendah yaitu *need driven* dengan

mendengar saran dan opini dari konsumen yang melakukan pembelian pada The Oasis *factory outlet.*

3. Tanggapan konsumen terhadap pembelian impulsif pada The Oasis *factory outlet* di nilai cukup baik karena sering melakukan pembelian tidak terencana ketika dalam keadaan mendesak dan juga hanya untuk menyenangkan diri.
4. The Oasis *factory outlet* sebaiknya lebih meningkatkan usaha-usaha dalam penciptaan suasana toko seperti pemasangan etalase di depan toko karena berpengaruh cukup lemah terhadap pembelian impusif sedangkan gaya hidup memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembelian impulsif.