BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *shopping lifestyle* dan *display* terhadap *impulse buying* di Matahari Department Store BIP dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Umumnya konsumen melakukan pembelanjaan untuk memenuhi kebutuhan mereka serta keinginannya. Konsumen Matahari memiliki gaya hidup berbelanja yang cukup baik. Artinya gaya hidup berbelanjanya tidak begitu tinggi namun juga tidak begitu rendah.

2. *Display* pada Matahari Department Store BIP secara keseluruhan cukup menarik bagi sebagian besar konsumen. Konsumen berpendapat bahwa *Interior Display* pada Matahari Department Store BIP lebih menarik serta pemajangan dan penataannya lebih terlihat rapih.

3. Pada umumnya konsumen jarang melakukan pembelian impulsif di Matahari Department Store BIP. Konsumen pada umumnya jarang melakukan pembelian tanpa pemahaman yang baik mengenai produk/barang yang akan dibeli dan terkadang melakukan pembelian dengan melibatkan perasaan.

4. *Shopping lifestyle* dan *display* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pembelian impulsif konsumen di Matahari

Department Store BIP. Diantara variabel independen, *Shopping lifestyle* memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap pembelian impulsif konsumen di Matahari Department Store BIP disbandingkan dengan *display*. *Shopping lifestyle* secara parsial hanya memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap *impulse buying*, sementara *display* secara parsial memberikan pengaruh yang tidak begitu besar dibandingkan dengan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying*.

5.2 Saran

1. *Shopping lifestyle* konsumen Matahari Department Store BIP secara keseluruhan cukup baik namun tidak ada salahnya jika lebih memperhatikan pola konsumsi berpakaian konsumen pada saat ini. Artinya Matahari Department Store BIP harus mengikuti perkembangan tren yang ada pada saat ini seperti selalu mengupdate barang atau pakaian yang sedang marak digunakan oleh orang-orang atau artis agar minat beli konsumen lebih tinggi di Matahari Department Store BIP.

2. *Display* pada Matahari Department Store BIP secara keseluruhan cukup menarik bagi sebagian besar konsumen. Meskipun tanggapan konsumen terhadap *display* toko di Matahari Department Store BIP sudah di nilai baik, tetapi tidak ada salahnya apabila lebih memperhatikan *window display* yang terdiri dari kerapihan barang yang dipajang dan pemajangan barang di luar toko Matahari Department Store BIP lebih diperjelas dengan lebih banyak memajang barang di muka/depan toko agar lebih menarik

perhatian orang yang lewat dan dapat membawa mereka masuk ke dalam toko, karena konsumen menilai pemajangan dan kerapihan Matahari Department Store BIP dari barang yang dipajang di luar, misalnya pada saat diadakan diskon, gambar atau poster dipajang di depan atau di luar Matahari Department Store BIP dengan *desain* yang unik, maupun gambar atau poster saat memperingati hari besar atau obral.

3. Konsumen di Matahari Department Store BIP pada umumnya jarang melakukan pembelian tanpa pemahaman yang baik mengenai produk/barang yang akan dibeli dan jarang melakukan pembelian dengan melibatkan perasaan. Namun alangkah baiknya diperhatikan pada perilaku konsumen yang sering membeli secara spontan dan melakukan pembelian dalam keadaan mendesak, misalnya sering mengadakan *discount* yang masa discountnya lebih lama lagi, pada saat liburan, hari-hari tertentu maupun pada hari-hari besar serta pada akhir pekan yang akan meningkatkan pembelian yang tidak terencana.