

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Store Environment* (X_1) terhadap variabel Dimensi Emosi (Y_1).
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Store Environment* (X_1) terhadap variabel Tipe Perilaku *Impulse Buying* (Y_2). Jenis pengaruh ada dua, yaitu pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh tidak langsung diperoleh setelah melalui variabel Dimensi Emosi (Y_1).
3. Terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel *Time Pressure* (X_2) terhadap variabel Dimensi Emosi (Y_1).
4. Terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel *Time Pressure* (X_2) terhadap variabel Tipe Perilaku *Impulse Buying* (Y_2). Jenis pengaruh ada dua, yaitu pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh tidak langsung diperoleh setelah melalui variabel Dimensi Emosi (Y_1).
5. Terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel *Perceived Crowding* (X_3) terhadap variabel Dimensi Emosi (Y_1).
6. Terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel *Perceived Crowding* (X_3) terhadap variabel Tipe Perilaku *Impulse Buying* (Y_2). Jenis pengaruh

ada dua, yaitu pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh tidak langsung diperoleh setelah melalui variabel Dimensi Emosi (Y_1).

7. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Dimensi Emosi (Y_1) terhadap variabel Tipe Perilaku *Impulse Buying* (Y_2).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti memberikan kontribusi berupa beberapa saran guna adanya perubahan yang lebih baik lagi pada perusahaan terkait. Adapun saran-saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengklasifikasikan responden yang merupakan konsumen yang memiliki tipe perilaku *Impulse Buying* yang murni tanpa ada niat berbelanja sebelumnya dan konsumen yang dari awal sudah memiliki niat berbelanja.
2. Bagi perusahaan sebaiknya memperbaiki desain toko, utamanya untuk desain *exterior* sehingga dapat lebih menarik bagi pengunjung. Hal ini dikarenakan, berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden (47,1%) menjawab ragu-ragu saat diberikan pernyataan berkaitan dengan desain *exterior* dari Giant *Hypermarket* Mall Olympic Garden Malang.
3. Bagi perusahaan sebaiknya juga melakukan pembinaan dan pengelolaan yang berkaitan dengan karyawan toko. Hal ini dikarenakan, berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui masih terdapat beberapa pengunjung (31,4% orang responden) yang merasa tidak bebas dan sesak

karena karyawan toko yang berkumpul sehingga memadati suatu area tertentu. Kondisi seperti itu dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman dan tidak senang pada pengunjung, sehingga berdampak pada perilaku berbelanja di Giant *Hypermarket* Mall Olympic Garden Malang.

