

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulsive Buying* di Transmart Kota Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Hedonic Shopping Motivation* memberikan kontribusi terhadap *Impulsive Buying* di Transmart Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepuasan dalam pengalaman berbelanja yang didapatkan oleh pengunjung Transmart Kota Surabaya, maka *impulsive buying* yang terjadi di Transmart Kota Surabaya akan semakin meningkat.
2. *Store Atmosphere* memberikan kontribusi terhadap *Impulsive Buying* di Transmart Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa seberapa baik *Store Atmosphere* yang dirasakan oleh pengunjung Transmart Kota Surabaya, maka dapat mendorong pengunjung untuk melakukan *impulsive buying* di Transmart Kota Surabaya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan untuk di waktu yang akan datang. Beberapa saran antara lain sebagai berikut :

1. Diharapkan Transmart Kota Surabaya untuk terus meningkatkan dan memunculkan *hedonic shopping motivation* berupa gairah dalam berbelanja dan para pengunjung dapat memiliki pengalaman yang menyenangkan sehingga berujung kepada *impulsive buying*, maka sebaiknya Transmart Kota Surabaya dapat meningkatkan pelayanan dalam menyambut para pengunjung dengan ramah dan juga dapat menambah koleksi barang yang kekinian dan *up-to-date* yang dijual untuk menarik minat pengunjung untuk melakukan *impulsive buying* di Transmart Kota Surabaya.
2. Diharapkan Transmart Kota Surabaya meningkatkan tampilan pada bagian depan *store* dengan dibuat lebih menarik berupa tambahan properti yang dapat mencuri perhatian konsumen, kebersihan yang terjaga dan ruangan yang harum, penataan produk yang lebih rapi, penerangan yang menambah karakteristik produk dari Transmart Kota Surabaya agar bisa semakin terlihat dan tersampaikan kepada para pengunjung sehingga dapat menarik para pengunjung untuk melakukan *impulsive buying* di Transmart Kota Surabaya.