

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian dan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya mengenai “Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Generasi Z Pada Store KKV Tunjungan Plaza Surabaya”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* tidak memiliki pengaruh terhadap *Impulse Buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan store atmosphere yang diciptakan KKV belum mampu untuk menarik atau menstimulus konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan.
2. *Price discount* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya discount yang diberikan oleh KKV juga akan mempengaruhi pelanggan melakukan pembelian tanpa rencana sebelumnya karena cenderung akan membeli banyak barang saat ada pengurangan harga.
3. *Shopping lifestyle* memiliki pengaruh terhadap *Impulse Buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup berbelanja mempengaruhi seseorang melakukan pembelian secara impulsif demi mengikuti tren dan memenuhi gaya hidup. Dengan waktu

dan uang yang dimiliki seseorang cenderung tidak memikirkan manfaat jangka panjang dari barang yang dibeli tersebut.

4. *Store Atmosphere*, *Price Discount*, dan *Shopping Lifestyle* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Dengan adanya store atmosphere yang baik, price discount, dan gaya hidup shopping lifestyle yang dimiliki seseorang memicu pembelian impulsive.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Masih terdapat variabel lain terkait dengan impulse buying yang dapat diteliti dan dieksplorasi untuk penelitian. Diharapkan dapat menambah jumlah sampel maupun metode yang digunakan.

2. Bagi Peneliti

Hendaknya pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai faktor-faktor apa saja yang berkaitan dengan *impulse buying*. Dalam proses pengumpulan data, hendaknya menggunakan teknik lain yang dapat lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan. Periode yang akan diteliti sebaiknya merupakan periode yang paling terbaru agar hasil yang didapatkan lebih sesuai mengikuti kurun waktu yang peneliti lakukan.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan KKV dapat lebih meningkatkan penerapan faktor – faktor yang mempunyai hubungan yang dapat memunculkan pembelian impulsif pada konsumen, sehingga akan dapat meningkatkan volume penjualan dari KKV sendiri. Meskipun terdapat faktor yang tidak berpengaruh seperti *store atmosphere*, akan tetapi perusahaan dapat meningkatkan maupun lebih mengevaluasi serta cermat dalam menerapkan strategi tersebut, seperti evaluasi interior dan eksterior toko menyesuaikan dengan hari besar atau event perayaan lainnya sehingga menarik minat seseorang untuk berbelanja.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi, sebaiknya melakukan komparasi dengan industri sejenis atau industri yang berbeda, menggunakan variabel yang lebih banyak lagi, menggunakan teori dan jurnal pendukung yang lebih baru dan relevan, serta menggunakan metode analisis yang lebih baik lagi.