

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan 3 variabel eksogen, yaitu *hedonic shopping motivation*, *store atmosphere*, dan *sales promotion* yang turut mempengaruhi *impulse buying* sebagai variabel endogen. Data yang tersedia dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 200 orang responden yang telah memenuhi kriteria penelitian, yaitu wanita, berusia 21-29 tahun, berdomisili di Kota Padang, dan pernah berbelanja secara langsung di Deluna Beauty Store Kota Padang. Pengolahan data responden tersebut dilakukan dengan *software* pengolahan data menggunakan SPSS versi 29.0.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Hedonic shopping motivation* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Generasi Z Deluna Beauty Store di Kota Padang. Hal ini berarti semakin tinggi sikap motivasi belanja hedonis pada konsumen Generasi Z Deluna Beauty Store di Kota Padang maka semakin mendorong terjadinya pembelian tidak terencana di toko karena hedonis memiliki tujuan untuk mencari kepuasan atau kesenangan. Hal ini mengindikasikan juga bahwa motivasi belanja hedonis merupakan salah satu faktor yang turut diperhitungkan oleh Deluna Beauty Store dalam mendorong terjadinya pembelian tidak terencana.
2. *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse*

buying pada konsumen Generasi Z Deluna Beauty Store di Kota Padang.

Hal ini berarti bahwa suasana toko yang menarik belum mampu membuat konsumen melakukan pembelian secara tidak terencana. Hal ini menunjukkan konsumen Generasi Z pada Deluna Beauty Store di Kota Padang tidak mementingkan suasana toko untuk melakukan pembelian secara tidak terencana. Konsumen cenderung melakukan pembelian secara tidak terencana karena faktor harga seperti adanya promosi di Deluna Beauty Store ini.

3. *Sales Promotion* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Generasi Z Deluna Beauty Store di Kota Padang. Hal berarti bahwa dengan adanya promosi berupa diskon dan juga beli satu produk dapat produk lainnya yang dilakukan toko Deluna Beauty Store membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa implikasi yang akan dirasakan oleh para pemangku kepentingan terkait. Berikut adalah implikasi akademis dan implikasi praktis dari penelitian ini:

5.2.1 Implikasi Teoritis

Para akademisi dan mahasiswa dari program studi manajemen yang mengambil konsentrasi di bidang manajemen pemasaran dapat mengembangkan kajian mengenai pengaplikasian teori perilaku konsumen melalui isu-isu *hedonic*

shopping motivation, store atmosphere, sales promotion, dan impulse buying. Berdasarkan hasil pembahasan hipotesis, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying*. Meskipun terdapat salah satu variabel yang memiliki hubungan tidak signifikan yaitu pada variabel *store atmosphere* terhadap *impulse buying*.

Pengaruh tersebut merupakan cerminan adanya implikasi teoritis yang muncul akibat permasalahan yang ada di masyarakat. Oleh karena itu akademisi dan mahasiswa dituntut agar mampu melakukan kajian lebih lanjut mengenai pengaplikasian teori dan isu-isu tersebut pada kasus permasalahan yang lain. Hasil penelitian ini juga dapat nantinya digunakan dalam meningkatkan dan menambah wawasan bagi bidang keilmuan dan program studi manajemen.

5.2.2 Implikasi Praktis

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa Deluna Beauty Store dapat mempertimbangkan untuk menggunakan referensi, pedoman, materi, dan sumber informasi yang ada untuk meningkatkan pembelian secara tidak terencana.

Berikut adalah implikasi praktis pada penelitian ini:

1. Untuk meningkatkan pembelian secara tidak terencana masyarakat di Kota Padang khususnya Generasi Z dalam berbelanja kosmetik, Deluna Beauty Store dapat mempertahankan faktor-faktor sikap motivasi belanja hedonis seperti senang berbelanja, belanja untuk menghilangkan rasa bosan, senang berbelanja untuk orang lain, senang berbelanja karena harganya murah dan juga berbelanja karena mengikuti trend agar dapat

meningkatkan pembelian secara tidak terencana pada masyarakat di Kota Padang.

2. Untuk dapat meningkatkan pembelian secara tidak terencana masyarakat di Kota Padang khususnya Generasi Z dalam berbelanja kosmetik, Deluna Beauty Store dapat mempertimbangkan dan meningkatkan suasana toko pada Deluna Beauty Store ini. Karena berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden setuju dengan suasana toko bagus dan nyaman, tetapi dengan adanya suasana toko yang nyaman, sejuk, rapi/teratur serta pelayanan staf yang baik belum mampu membuat mereka melakukan pembelian secara tidak terencana karena masih banyak faktor lain yang membuat konsumen melakukan pembelian secara tidak terencana seperti promosi harga dan juga sikap motivasi hedonis mereka.

3. Untuk meningkatkan pembelian secara tidak terencana masyarakat di Kota Padang khususnya Generasi Z dalam berbelanja kosmetik, Deluna Beauty Store dapat mempertahankan adanya *sales promotion* seperti beli 1 dapat 1 atau potongan harga 50%. Karena berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden banyak memilih alasan responden berbelanja di Deluna Beauty Store karena adanya harga diskon. Sehingga masyarakat akan merekomendasikan kepada keluarga dan teman-temannya untuk berbelanja di Deluna Beauty Store.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak keterbatasan. Oleh karena itu, keterbatasan dalam penelitian

ini diharapkan dapat diperhatikan dan dipertimbangkan bagi peneliti lain dikemudian hari, adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan sistem *drop and collect* dimana peneliti menyebar kuesioner secara langsung kepada responden. Pengumpulan data dalam sistem ini kurang efektif dikarenakan membutuhkan waktu yang cukup lama dibandingkan penyebaran melalui *gform*. Oleh karena itu, peneliti kesulitan mencari responden dalam jumlah yang banyak secara langsung.
2. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh antar variabel *hedonic shopping motivation*, *store atmosphere*, dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* sehingga tidak menyelidiki hal lain yang juga mamou mempengaruhi *impulse buying* seperti *shopping life style* dan *price discount*.
3. Penelitian ini hanya mengambil sampel masyarakat yang berdomisili di Kota Padang sehingga hasil penelitian juga kurang kredibel dan juga kurang luas cakupannya.
4. Penelitian ini hanya mengambil sampel wanita dan juga adanya batasan umur yaitu 21-29 tahun sehingga kurang adanya variasi dalam penelitian ini.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka didapatkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat menambah variabel lainnya yang turut mempengaruhi variabel *impulse buying* atau variabel lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan antarvariabel.
2. Diharapkan cakupan responden untuk penelitian selanjutnya dapat semakin meluas selain di Kota Padang untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik daripada penelitian saat ini.
3. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat membandingkan responden yang lebih dikategorisasikan untuk memperoleh hasil dan perbandingan yang lebih signifikan.
4. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dalam menganalisis *impulse buying* atau perilaku belanja lainnya untuk dapat memberikan pertanyaan *screening* yang lebih detail agar tidak menimbulkan keraguan dalam hasil penelitian.

Saran untuk Deluna Beauty Store Kota Padang:

1. Deluna Beauty Store dapat mempertahankan faktor-faktor sikap motivasi belanja hedonis seperti senang berbelanja, belanja untuk menghilangkan rasa bosan, senang berbelanja untuk orang lain, senang berbelanja karena harganya murah dan juga berbelanja karena mengikuti trend agar dapat meningkatkan pembelian secara tidak terencana pada masyarakat di Kota Padang.
2. Deluna Beauty Store dapat mempertimbangkan dan meningkatkan suasana toko pada Deluna Beauty Store ini. Karena berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden setuju dengan suasana toko bagus dan

nyaman, tetapi dengan adanya suasana toko yang nyaman, sejuk, rapi/teratur serta pelayanan staf yang baik belum mampu membuat mereka melakukan pembelian secara tidak terencana.

3. Deluna Beauty Store dapat mempertahankan adanya *sales promotion* seperti beli 1 dapat 1 atau potongan harga 50%. Karena berdasarkan hasil penelitian mayoritas responden banyak memilih alasan responden berbelanja di Deluna Beauty Store karena adanya harga diskon.

