

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil pengolahan data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan lingkungan fisik terhadap pembelian impulsif pada Binjai *Supermall*. Hal ini menunjukkan konsumen dalam membeli produk memiliki keterlibatan lingkungan fisik yang rendah karena tampilan fisik bukan hal utama dalam melakukan pembelian tetapi ada faktor lain yang lebih penting daripada lingkungan fisik.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan lingkungan sosial terhadap pembelian impulsif pada Binjai *Supermall*. Keterlibatan lingkungan sosial memiliki peranan besar dalam pengambilan keputusan konsumen. Semakin tinggi keterlibatan lingkungan sosial maka keinginan konsumen untuk membeli produk semakin meningkat yang pada akhirnya menyebabkan terjadinya pembelian impulsif.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan perspektif waktu terhadap pembelian impulsif pada Binjai *Supermall*. Hal ini menunjukkan konsumen dalam membeli produk memiliki keterlibatan waktu yang rendah karena konsumen dalam membeli produk tidak terbatas oleh waktu, konsumen akan melakukan pembelian kapan saja ia mau.
4. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan suasana hati terhadap pembelian impulsif pada Binjai *Supermall*. Keterlibatan suasana hati memiliki peranan besar dalam pengambilan keputusan konsumen. semakin tinggi keterlibatan suasana hati maka keinginan konsumen untuk membeli produk semakin meningkat yang pada akhirnya menyebabkan terjadinya pembelian impulsif. Hasil penelitian ini juga

konsumen sering melakukan pembelian tanpa berfikir panjang kegunaan barang yang dibeli, yang penting mereka terpuaskan dan suasana hati menjadi lebih senang.

5. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan lingkungan fisik, lingkungan sosial, perspektif waktu, dan suasana hati terhadap pembelian impulsif pada Binjai *Supermall*.

## **B. Saran**

Berdasarkan beberapa kesimpulan tersebut, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi konsumen hendaknya sebelum berbelanja difikirkan terlebih dahulu barang-barang yang akan dibeli, dengan menggunakan akal rasional dan bukan hanya menggunakan emosi pada saat membeli sesuatu. Sehingga pada akhirnya tidak ada barang yang tidak terpakai sehingga tidak ada rasa penyesalan setelah membeli barang yang tidak sesuai dengan keinginan.
2. Menjauhi belanja yang mendadak, sehingga bisa membandingkan harga sebelum mengambil keputusan membeli.
3. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya dapat lebih mengembangkan dan mempertajam materi penelitian ini, salah satunya dengan mengikutsertakan beberapa variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini yang memiliki potensi dapat mempengaruhi pembelian impulsif dan diharapkan memperluas obyek penelitian, tidak hanya pada satu pusat perbelanjaan, namun pada beberapa ritel modern lainnya di kota Binjai.

