

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi dan pembahasan yang sudah dilakukan dan di jelaskan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh visual merchandising dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion* sebagai variabel interveing pada toko Jolie Wirobarajan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Visual merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* di toko Jolie Wirobrajan secara parsial.
2. Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* di toko Jolie Wirobrajan secara parsial.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *visual merchandising* terhadap *Positive Emotion* pada toko Jolie Wirobrajan secara parsial.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Shopping Lifestyle* terhadap *Positive Emotion* pada konsumen toko Jolie Wirobrajan secara parsial.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Positive Emotion* yang dirasakan oleh konsumen terhadap perilaku *Impulse Buying* di toko Jolie Wirobarajan secara parsial.

6. *Positive Emotion* dapat memediasi antara variabel *visual merchandising* terhadap *Impulse Buying* secara parsial di toko Jolie Wirobrajan
7. *Positive Emotion* dapat memediasi antara *Shopping Lifestyle* yang dimiliki oleh konsumen terhadap perilaku *Impulse Buying* secara parsial di toko Jolie Wirobrajan.

B. Saran

Berdasarkan studi yang telah dilaksanakan, peneliti menyajikan rekomendasi guna memberikan manfaat seperti berikut ini:

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat selalu menjaga kenyamanan agar konsumen selalu merasa puas ketika berbelanja di Toko Jolie Wirobrajan, ketika konsumen tersebut puas maka mereka akan bergairah untuk kembali berbelanja di Toko Jolie Wirobrajan. Berdasarkan hasil olah data, pengaruh variabel *positive emotion* terhadap *Impulse Buying* mempunyai tingkat pengaruh paling tinggi dibanding dengan variabel *visual merchandising* dan *Shopping Lifestyle* yakni 0,358. Kemudian dari variabel *positive emotion* tersebut, indikator kesenangan mempunyai nilai rata-rata terendah. Maka dari itu, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kesenangan konsumen ketika mereka berbelanja di toko Jolie Wirobrajan yakni dengan meningkatkan kenyamanan toko. Perusahaan dapat meningkatkan kenyamanan toko dengan memastikan pencahayaan yang baik dan musik yang menyenangkan menciptakan suasana yang nyaman dan

menarik. Selain itu, kesenangan pelanggan juga dapat di tingkatkan dengan menjaga kualitas produk agar pengunjung merasa puas dengan produk yang dijual. Perusahaan dapat menjaga kualitas produk yang dijual dengan menerapkan sistem pengendalian mutu untuk membantu memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat meningkatkan kualitas penelitian dengan memberikan gambaran yang lebih komprehensif yakni dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi *impulse buying*.