

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implikasi kemasan dan faktor-faktor lingkungan toko terhadap perilaku pembelian impulsif di toko mainan anak-anak di Kota Metro, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan angka koefisien R^2 (*R Square*) sebesar 0,176 atau 17,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi perilaku pembelian impulsif dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen (kemasan dan faktor-faktor lingkungan toko) yakni sebesar 17,6%. Sedangkan sisanya ($100\% - 17,6\% = 82,4\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
2. Kemasan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (Y) mainan anak-anak di toko mainan di Kota Metro. Pernyataan ini mengungkapkan bahwa kemasan menciptakan terjadinya perilaku pembelian impulsif pada konsumen mainan anak-anak di toko mainan di Kota Metro.
3. Faktor-faktor lingkungan toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (Y) mainan anak-anak di toko mainan di Kota Metro. Hal ini menyatakan bahwa faktor-faktor lingkungan toko menimbulkan terjadinya

perilaku pembelian impulsif pada konsumen mainan anak-anak di toko mainan di Kota Metro.

4. Secara simultan kemasan dan faktor-faktor lingkungan toko berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif mainan anak-anak di toko mainan di Kota Metro. Pengaruh faktor-faktor lingkungan toko lebih dominan dibandingkan dengan kemasan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diberikan diantaranya:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengkombinasikan penelitian ini pada penelitian lain yang juga merupakan penelitian yang memiliki kesamaan kriteria dengan produk mainan anak-anak, sehingga dapat digunakan pada penelitian selanjutnya dan menyempurnakan pemahaman terhadap variabel-variabel yang saling memengaruhi.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengkombinasikan penelitian ini dengan faktor eksternal maupun faktor internal lainnya sebagai variabel yang memengaruhi perilaku konsumen, sehingga dapat digunakan pada penelitian selanjutnya dan menyempurnakan pemahaman terhadap variabel-variabel yang saling memengaruhi.
3. Toko mainan anak-anak perlu memperhatikan situasi di dalam toko yang menciptakan suasana pemasaran melalui berbagai strategi, seperti menyediakan alunan musik, membuat nuansa toko sesuai dengan dunia anak-anak, mengatur

konsep tata letak mainan sesuai dengan jangkauan anak-anak, memperbanyak jumlah mainan serta melengkapi berbagai macam jenis mainan dan menciptakan suasana yang menyenangkan agar lingkungan menyatu dengan anak. Hal tersebut guna membuat konsumen anak-anak tertarik dan orangtua yakin untuk melakukan pembelian. Hal ini juga diharapkan agar dapat meningkatkan keuntungan usaha dalam jangka panjang mengingat banyaknya pesaing dengan usaha yang sejenis.

4. Pelaku usaha mainan perlu memperhatikan produk mainan yang edukatif, mainan dengan bahan yang aman, kemasan menarik dan berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau agar perusahaan layak bersaing di pasar.