

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap *impulsive buying* di Citimall Gorontalo. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel lokasi usaha mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu *impulsive buying* di Citimall Gorontalo. Hal ini disebabkan oleh jawaban responden yang tinggi terhadap indikator akses pada variabel lokasi usaha (X) dan indikator kegairahan pada variabel pembelian impulsif (Y).
2. Berdasarkan hasil dari koefisien determinasi  $R^2$  menunjukkan bahwa besar pengaruh kontribusi variabel X (Lokasi Usaha) terhadap variabel Y (Impulsive Buying) yaitu 41,6% sementara selebihnya berupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dan diteliti dalam penelitian ini seperti atmosfir gerai, pelayanan ritel, display toko maupun gaya hidup dalam mempengaruhi *Impulsive Buying* yang telah dibuktikan pada beberapa kajian penelitian sebelumnya.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pembelian impulsif dipengaruhi oleh lokasi usaha yang cenderung cukup, sehingga pihak pengelola Citimall Gorontalo dapat meningkatkan lagi minat konsumen dalam melakukan pembelian contohnya melalui indikator – indikator pada kuisisioner yang mendapat tanggapan paling rendah saat penghitungan hasil seperti indikator lalu lintas.
2. Penelitian ini terbatas pada lokasi, sedangkan dilihat dari nilai R-square masih kecil artinya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi pembelian impulsif, sehingga perlu dikaji lebih lanjut variabel-variabel lain diluar dari yang sudah diteliti seperti harga, gaya hidup, store atmosfer, dan lain-lain agar memperoleh hasil lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Fitriani. 2010. *Modul Kuliah Pengolahan Data*. Bandung: UPI.
- Anin, F.A., Rasimin BS., & Atamimi N. tt. Hubungan *Self-Monitoring* dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja, *Jurnal Psikologi*. Vol 35. No 2. Hal 181-193.
- Antyandika, Bonaventura Efrian. 2012. Judul Skripsi "*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wong Art Bakery & Café Semarang)*". Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Budi, Triton P. 2006. *SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- David, L. Loudon dan Albert J. Della Bitta. 1998. *Consumer Behaviour*. Third Edition. New York, McGraw-Hill Book Company.
- Ety, Maslahah. 2007. Judul "*Analisis Lokasi Usaha Terhadap Penjualan (Pada Pedagang Buah di Sepanjang Jl Sersan Harun Pasar Besar Malang)*". Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.
- Gültekin, B., dan Özer L., 2012, *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying*, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 4, No. 3, Maret: pp. 180-189, (ISSN: 2220-6140).
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasi* Buku 1 Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,  
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.

- Ilmalana, Mei 2012. *Analisis Motivasi Konsumen Online Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Transaksi C2c Commerce (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus)*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Kharis, I.F. 2011. *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online (Studi Kasus Di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)*. eprint.undip.ac.id: 129
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2013. *Manager dan Supervisor*. Buku Pintar, Yogyakarta.
- Larosa, Septhani Rebeka. 2011. Judul Skripsi "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)". Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Leba, Elizabet. 2015. *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Loudon, D.L. and Bitta, A.J.D. 1993. *Consumer Behaviour*. 4th ed, McGraw Hill.
- Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2010. *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Santy, R. D dan Adhipratama, M. I. *Display Toko, Gaya Hidup, dan Pembelian Impulsif (Penelitian pada Konsumen Surf Inc Bandung)*. Fakultas Ekonomi: Universitas Komputer Indonesia.
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. 2009. *Consumer Behaviour in Fashion, 2nd*. Edition. USA: Prentice Hall.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV

- Utami, A.F dan Sumaryono. 2008. *Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja*. Jurnal Psikologi Proyeksi.
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. 2012. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Verplanken, B dan Herabadi A. 2001. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no thinking*. European Journal of Personality.
- Wibawa, Afra. 2013. Judul Skripsi "*Pengaruh Lokasi dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Ouval Research di Buah Batu Bandung*". Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Wibowo. 2013. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widjojo Nitisastro. 2010. *Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro 2010*. PT Kompas Media Nusantara: Jakarta.
- Yistiani, Ni Nyoman Manik. 2011. *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar*. Fakultas Ekonomi: Universitas Udayana.