

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan dan dipaparkan pada bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping emotion*.
2. *Store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping emotion*.
3. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap *impulse buying*.
4. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *store atmosphere* terhadap *impulse buying*.
5. *Shopping emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.
6. Tidak terdapat pengaruh mediasi oleh *shopping emotion* terhadap promosi dan *impulse buying*.
7. *Shopping emotion* berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi *store atmosphere* dan *impulse buying*.

## B. Saran

### 1. Bagi Mirota Kampus Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* terbukti memengaruhi tindakan *impulse buying* baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap tindakan *impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak terpengaruh dengan promosi yang dimiliki oleh Mirota Kampus dalam melakukan tindakan *impulse buying*. Konsumen melakukan tindakan *impulse buying* dikarenakan *store atmosphere* yang ada di dalam Mirota Kampus.

Dari uraian di atas dapat diambil saran untuk Mirota Kampus adalah meningkatkan stimulus atau rangsangan kepada konsumen melalui *store atmosphere* dan meningkatkan promosi yang ada di Mirota Kampus agar dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan tindakan *impulse buying*.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian terhadap masyarakat umum tidak hanya dalam lingkungan mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta saja. Selain itu peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang diduga dapat berpengaruh terhadap *impulse buying*.

### **C. Keterbatasan penelitian**

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, adapun keterbatasan tersebut yaitu :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa/mahasiswa yang ada di Yogyakarta saja, penelitian ini belum bisa mewakili semua konsumen Mirota Kampus Yogyakarta pada umumnya. Hasil

Pada penelitian ini hanya menggunakan empat variabel saja, sedangkan masih ada faktor-faktor lain yang dapat dipergunakan dalam penelitian ini.