

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Suasana toko berpengaruh positif terhadap motif pembelian impulsif. Maka, hipotesis pertama diterima
2. Suasana toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maka, hipotesis kedua diterima
3. Promosi berpengaruh positif terhadap motif pembelian impulsif. Maka, hipotesis ketiga diterima
4. Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka, hipotesis keempat ditolak
5. Motif pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen. Maka, hipotesis kelima diterima.

B. Implikasi

Berdasarkan beberapa kesimpulan tersebut di atas, maka implikasi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen, PT Coca-cola Amatil Indonesia dapat meningkatkan minat pembelian secara impuls pada konsumen yang didukung oleh :

1. **Suasana toko.** Pada outlet PT. Coca-cola Amatil Indonesia harus diperhatikan lagi untuk peletakan lemari pendingin yang masih diletakkan dibagian dalam outlet, karena hal tersebut termasuk hal yang sangat penting untuk meningkatkan minat konsumen untuk membeli secara impulsif. Outlet-outlet yang masih belum memiliki lemari pendingin, segera ditawarkan dan dibujuk untuk pemasangan listrik. Pemasangan atribut promo (banner, poster, hanging mobile, dan lain-lain) dan penataan produk PT. Coca-cola Amatil Indonesia harus diperhatikan lagi dan ditingkatkan pelaksanaannya agar meningkatkan pembelian impulsif yang berujung pada peningkatan kepuasan konsumen.
2. **Promosi.** Pemberian harga yang kompetitif, kemasan yang menarik, diskon per produk dan paket bundling harus ditingkatkan agar meningkatkan kepuasan konsumen. Agar promosi dapat menjadi lebih efektif adalah dapat dilakukan dengan cara yang lebih kreatif dan memiliki pembeda dari pesaing daripada hanya memberikan potongan diskon saja.