

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *price discount*, *hedonic shopping motivation*, dan *in-store display* terhadap *impulsive buying* (Survey Pada Pelanggan Lummy Project Fashion Di Kuningan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Price discount*, *hedonic shopping motivation*, dan *in-store display* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pelanggan lummy project fashion.
2. *Price discount* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pelanggan lummy project fashion, artinya semakin tinggi *price discount* maka akan meningkatkan *impulsive buying*.
3. *Hedonic shopping motivation* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pelanggan lummy project fashion, artinya semakin tinggi *hedonic shopping motivation* maka akan meningkatkan *impulsive buying*.
4. *In-store display* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pelanggan lummy project fashion, artinya semakin tinggi *in-store display* maka akan meningkatkan *impulsive buying*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Berdasarkan hasil penyebaran angket *price discount* diperoleh nilai yang rendah pada indikator voucher, murah dan menarik. Untuk itu, lummy project fashion diharapkan dapat mencari alternatif lain yaitu dengan mengadakan bazaar murah serta berikan diskon disetiap ada event besar

seperti tanggal kembar 12.12. Hal tersebut dapat meningkatkan terjadinya *impulsive buying*.

2. Berdasarkan hasil penyebaran angket *hedonic shopping motivation* diperoleh nilai yang rendah pada indikator melepaskan stress, mengatasi kebosanan, dan merasa bebas. Untuk itu, *lummy project fashion* diharapkan dapat mencari alternatif lain yaitu dengan cara membuat varian pakaian yang lebih beragam lain, menyediakan konten kreatif dan edukatif, dan terus melakukan inovasi untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen Hal tersebut dapat meningkatkan terjadinya *impulsive buying*.
3. Berdasarkan hasil penyebaran angket *in-store display* diperoleh nilai yang rendah pada indikator penerangan, kebersihan, dan musik. Untuk itu, *lummy project fashion* diharapkan menggunakan lampu LED yang lembut dan tidak terlalu terang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, menyediakan area ruang bersih atau ruang istirahat atau tempat duduk bagi konsumen untuk beristirahat sejenak dan membersihkan tangan mereka dengan *sanitizer* atau tisu basah memutar musik latar belakang yang menyenangkan dan sesuai dengan selera target konsumen dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan mengundang untuk berbelanja, dan menggunakan aroma yang menyenangkan seperti *lavender* atau *peppermint* dalam toko guna terjadinya *impulsive buying*.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor yang lain diluar dari variabel dalam penelitian ini seperti promosi penjualan, harga, tampilan produk, dan variabel lainnya.