

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Diskon Harga, Tampilan Produk dan Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif. Adapun kesimpulan yang diperoleh dapat dituliskan berikut ini :

1. Diskon Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif, maka artinya semakin tinggi diskon harga maka akan semakin tinggi pula pembelian impulsif pada konsumen .
2. Tampilan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, artinya semakin menarik tampilan produknya maka akan semakin tinggi pula pembelian impulsif yang terjadi pada Toko Jabalnur di Desa Ciwaru.
3. Nilai Belanja Hedonis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif. Artinya semakin konsumen hedonis dan nilai belanjanya tinggi maka akan semakin tinggi pula pembelian impulsif pada Toko Jabalnur di Desa Ciwaru.
4. Diskon Harga, Tampilan Produk dan Nilai Belanja Hedonis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif.

#### **5.2 Saran**

1. Berdasarkan hasil angket yang telah di sebar ke 100 responden ada hasil dengan skor paling terkecil dari beberapa indikator pernyataan lainnya yaitu masa potongan harga, oleh karena itu Toko Jabalnur perlu meningkatkan lagi apa yang sudah menjadi bagian tokonya. Dan seharusnya toko jabalnur bekerja sama dengan suatu produk dengan mengadakan event setiap satu bulan sekali seperti 12.12.
2. Pada indikator Tampilan Produk, nilai terkecil ada di *Interior Display*. Maka saran bagi Toko Jabalnur untuk meningkatkan display harga yang jelas dan dapat di baca oleh konsumen misalnya membuat *display* harga yang ukuran

*font* nya besar agar para konsumen yang hendak membeli suatu produk dapat terlihat jelas berapa harga dari produk tersebut kemudian memunculkan harga di taro di meja promosi agar konsumen dapat melihat harga dengan jelas sehingga konsumen tertarik untuk membelinya.

3. Pada bagian indikator nilai belanja hedonis, nilai terkecil dari beberapa indikator pernyataan lainnya yaitu ada di bagian *relaxing shopping* karena di toko jabalnur ini kurang nyaman ketika berbelanja karena toko jabalnur ini masih menggunakan kipas angin seharusnya pemilik toko agar dapat meng *upgrade* menjadi AC sehingga konsumen yang berbelanja merasa nyaman ketika di dalam toko.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, mengingat berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, maka dimasa yang akan datang perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut, luas mendalam menyangkut pengaruh pengaruh Diskon Harga, Tampilan Produk dan Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif. dengan menyertakan variabel – variabel lain yang belum diteliti, seperti misalnya *Store Atmosphere*, *Produck Knowledge*, Promosi, dan lainnya yang dapat ditambahkan dalam kebutuhan penelitian selanjutnya sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih konfrehensif bagi upaya peningkatan Pembelian Impulsif.