

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut

1. Variabel *hedonic shopping motivation* positif dan signifikan secara parsial terhadap *impulsive buying* pengunjung Ramayana Teladan Medan
2. Variabel *price discount* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap *impulsive buying* pengunjung Ramayana Teladan Medan
3. Variabel *hedonic shopping motivation* dan *price discount* secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi *impulsive buying* pengunjung Ramayana Teladan Medan

5.2 Saran

Dari hasil penelitian diatas penulis dapat memaparkan beberapa saran antara lain sebagai berikut

1. Bagi Perusahaan
 - a. Variabel *hedonic shopping motivation* memiliki pengaruh positif pada *impulsive buying* para pengunjung maka disarankan penulis agar perusahaan dapat mendorong *hedonic shopping motivation* para pengunjung Ramayana Teladan Medan terkhusus dalam sisi *gratification shopping* yang memiliki nilai terendah pada angket yang telah disebar, hal ini disebabkan karena lingkungan belanja serta fasilitas Ramayana Teladan Medan kurang menarik dan baik jika dibandingkan dengan department store lainnya. Ramayana

Teladan Medan alangkah baiknya untuk lebih memperhatikan design interior pada department store tersebut serta dapat juga memberikan hiasan yang cocok dijadikan tempat berfoto, dan untuk fasilitas bagian arena parkir diperluas dan suhu ac juga diperhatikan untuk kenyamanan pengunjung. Bagian fountain Ramayana diperlukan untuk meningkatkan keprofesional para pekerja karena banyak keluhan pengunjung seperti lambat mengantar pesanan, sikapnya tidak ramah, tidak memberikan struk pembayaran dan sebagainya sehingga para pengunjung yang datang berniat untuk berkumpul dan bersantai malah tidak terealisasi karena adanya ketidakpuasan atas cara kerja pekerja. Namun disisi lain timezone telah diperbaiki dan diperluas dari sebelumnya hal ini merupakan pergerakan yang baik karena timezone menjadi salah satu akses hiburan para pengunjung dan diharapkan kedepannya timezone ini bisa berkembang lagi tentunya dengan penambahan aneka games secara berkelanjutan.

b. Selain mengenai lingkungan belanja Ramayana Teladan Medan Produk yang ditawarkan selain fashion kurang beragam seperti aksesoris, makanan minuman dan alat tulis maupun dapur. Menurut penulis ke empat aneka jenis produk ini alangkah baik diperbanyak karena seperti diketahui bahwa pengunjung Ramayana ini di dominasi oleh kalangan wanita jadi keempat jenis produk itu menjadi perhatian mereka.

c. Variabel *Price discount* memiliki pengaruh positif pada *impulsive buying* para pengunjung maka disarankan penulis agar perusahaan dapat membuat *Price discount* menarik bagi para pengunjung Ramayana Teladan Medan

terkhusus dalam sisi jenis produk yang diberi potongan harga yang memiliki nilai terendah pada angket. Menurut penulis alangkah baik bahwa *price discount* diberikan kepada jenis produk dan merek yang lebih beragam untuk menarik minat para pengunjung yang datang. Selain itu masa potongan harga juga diperhatikan karena beberapa kali terjadi informasi potongan harga tidak sesuai yang sebenarnya, ketika *price discount* berlaku dari tanggal 20-30 namun kenyataan saat melakukan pembayaran dikarsir ditanggal 29 *price discount* tidak berlaku lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menyatakan *hedonic shopping motivation* dan *price discount* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *impulsive buying* pengunjung Ramayana Teladan Medan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya sekaligus sebagai pengembangan ilmu tentang *hedonic shopping motivation* dan *price discount* khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini.