

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan evaluasi pengaruh display produk dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif maka penulis menarik kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak - pihak yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan kerja dimasa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

1. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial variabel Display Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan (penataan bagian depan, penataan bagian dalam, penataan bagian luar) secara bersama-sama terhadap pembelian impulsif.
2. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial variabel Promosi Penjualan (X2) berpengaruh positif dan signifikan (bonus, pembelian dengan pembelian, diskon harga) secara bersama-sama terhadap pembelian impulsif.
3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan variabel Display Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, berikut akan dikemukakan beberapa saran yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel display produk bernilai baik dilihat dari segi penataan bagian depan dan penataan bagian dalam. Maka dari itu diharapkan pihak Indomaret harus memperhatikan penataan bagian luar untuk menarik perhatian konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan bernilai baik dilihat dari segi pembelian dengan pembelian dan diskon harga. Maka dari itu diharapkan pihak Indomaret harus meningkatkan penawaran bonus terhadap konsumen..
3. Berdasarkan hasil penelitian, maka ada faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian impulsif. Bagi peneliti lain, apabila ingin melakukan penelitian yang sama mengenai pembelian impulsif maka diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel yang lain seperti harga, suasana toko, kualitas pelayanan serta menambah atau mengganti tempat penelitian dan memperbanyak sampel penelitian.