

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan pengujian regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Price Discount* (X1), *In-Store Display* (X2) dan *Store Atmosphere* (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pada konsumen Indomaret.
2. *Price Discount* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pada konsumen Indomaret.
3. *In-Store Display* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pada konsumen Indomaret.
4. *Store Atmosphere* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y) pada konsumen Indomaret.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran dari peneliti, yaitu:

1. Peritel dapat memanfaatkan potongan harga dengan memajang produk yang memiliki diskon pada tempat tertentu agar mudah diketahui oleh para konsumen karena dengan potongan harga perusahaan dapat meningkatkan keuntungan melalui pembelian tidak terencana yang dilakukan oleh konsumen. Perusahaan juga harus memperhatikan suasana toko karena kenyamanan

berbelanja bagi konsumen merupakan hal utama untuk memberikan pengaruh dan dorongan atau stimulasi agar konsumen dapat lebih lama berada di toko sehingga akan berkemungkinan melakukan tambahan pembelian barang di luar perencanaan.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang *impulse buying* perlu dilakukan pengkajian secara mendalam atau mengembangkan variabel penelitian dengan menambah variabel dan menggunakan variabel lainnya yang menjadi faktor terbentuknya *impulse buying*, serta dengan sampel dan populasi yang lebih luas dan lebih besar.