

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Impulse Buying maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Discount memberikan kontribusi terhadap Impulse Buying sepatu Adidas di store Mysneakersby
2. Citra merek tidak memberikan kontribusi terhadap *Impulse Buying* sepatu Adidas di store Mysneakersby

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak perusahaan Adidas dapat menciptakan produk

dengan memberikan diskon yang sama dengan kompetitor dan tanpa adanya pengurangan kualitas sehingga konsumen memiliki ketertarikan dalam membeli sepatu Adidas agar meningkatkan penjualan.

2. Dikarenakan variabel dalam penelitian ini tidak mempengaruhi *Impulse Buying* diharapkan kepada pihak perusahaan Adidas selalu mempertahankan citra merek dan berinovasi dalam mengembangkan ciri agar konsumen setia menggunakan sepatu Adidas.

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A 1991. Managing Brand Equity: capitalizing on the value of a Brand Name. New york::The Free Press

Alma, Buchari.2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung :Alfabeta