

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya. Selanjutnya, pada nilai R Square sebesar 0,777 menunjukkan bahwa variabel *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Price Discount* memberikan pengaruh signifikan 77,7% terhadap *Impulse Buying*. Sedangkan, sisanya 22,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang telah digunakan pada penelitian ini.
2. Hasil analisis secara parsial (Uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
 - a. *Brand Image* berpengaruh secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya. Hasil koefisien regresi sebesar 0,258 membuktikan bahwa variabel *Brand Image* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulse Buying*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Brand Image*

berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya.

- b. *Product Quality* berpengaruh secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya. Hasil koefisien regresi sebesar 0,245 membuktikan bahwa variabel *Product Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulse Buying*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya.
- c. *Price Discount* berpengaruh secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya. Hasil koefisien regresi sebesar 0,687 membuktikan bahwa variabel *Price Discount* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulse Buying*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada produk Make Over di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini, sumber-sumber dan referensi yang terkait langsung dengan penelitian yang digunakan

masih kurang. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dijadikan sebagai inspirasi dalam melakukan suatu kegiatan yang berguna dibidang pendidikan. Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini bukanlah hasil penelitian yang sempurna, sehingga perlu adanya peningkatan bagi peneliti selanjutnya agar memperoleh hasil penelitian yang lebih sempurna, terutama mengenai masalah yang melibatkan *brand image*, *product quality*, *price discount*, dan *impulse buying* pada produk Make Over di Surabaya.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pertimbangan kepada konsumen sebelum melakukan pembelian produk agar dapat menghindari perilaku *impulse buying*. Mengingat saat ini, kosmetik merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi perempuan untuk membantu menunjang penampilan dan meningkatkan kepercayaan dirinya.