

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Nevada di Matahari *Department Store* Kaza Mall Surabaya. Berdasarkan hasil dan juga analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa :

1. *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari *Department Store* Kaza Mall Surabaya.
2. *Display Product* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari *Department Store* Kaza Mall Surabaya. Hipotesis diterima, maka setiap kenaikan pada variabel *Display Product* (X1) maka variabel *Impulse Buying* (Y) mengalami kenaikan.
3. *Service Quality* secara parsial berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari *Department Store* Kaza Mall Surabaya. Hipotesis diterima, maka setiap kenaikan pada variabel *Service Quality* (X2) maka variabel *Impulse Buying* (Y) mengalami penurunan.
4. *Price Discount* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari *Department Store* Kaza Mall Surabaya. Hipotesis diterima, maka setiap kenaikan pada variabel *Price Discount* (X3) maka variabel *Impulse Buying* (Y) mengalami kenaikan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh pada penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keasliannya pada penelitian ini terutama dalam jurusan Administrasi Bisnis khususnya dalam menganalisis strategi pemasaran.
- b. Obyek penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas pada bidang pemasaran saja melainkan pada bidang lainnya seperti produksi, sumber daya manusia, keuangan dan lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih baik.

2. Saran Praktis

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan terutama dalam bidang pemasaran mengenai strategi pemasaran dengan memahami perilaku konsumen yang biasanya melakukan pembelian tidak terencana atau spontan.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan perusahaan Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya dapat lebih fokus dalam memperbaiki faktor yang ada pada penelitian ini khususnya variabel *Service Quality* untuk dapat menimbulkan rasa *Impulse Buying* terhadap *customer* sehingga dapat meningkatkan penjualan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian berikutnya sebaiknya bertujuan untuk memperluas pemahaman dan mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang dapat memberikan akibat pada *Impulse Buying* serta menambahkan variabel-variabel yang lebih potensial diluar variabel *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount*.