

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis data terkait pengaruh *display product* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen (Studi Pada Toko Mandiri Gresik) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Display product* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Mandiri Gresik. Dengan demikian, hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
2. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Mandiri Gresik. Dengan demikian, hipotesis kedua pada penelitian ini diterima.
3. *Display product* dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Mandiri Gresik. Dengan demikian, hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan yang didapatkan, maka terdapat beberapa saran dari peneliti yaitu :

- a. Bagi Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis disarankan untuk terus mengembangkan pengoptimalan *display product* dan *store atmosphere* untuk meningkatkan perilaku pembelian

impulsif. Penataan produk yang menarik dan mudah dijangkau dapat meningkatkan minat konsumen, sehingga mereka lebih cenderung melakukan pembelian tidak terencana. Telah terbukti pada penelitian ini kedua faktor tersebut memberikan kontribusi pada perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi *impulse buying* selain *display product* dan *store atmosphere*, seperti faktor psikologis, sosial, atau budaya, guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian lebih lanjut juga dapat dilakukan di berbagai sektor industri untuk membandingkan pengaruh *display product* dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying*, sehingga memberikan wawasan yang lebih luas tentang dinamika pasar.