

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian terhadap konsumen Indomaret Hybrid Kebagusan Raya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, dari hasil penelitian yang telah diolah secara keseluruhan menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana atau impulse buying didapat 6 faktor yang berbeda yaitu:

- a. Faktor kegiatan promosi yang terdiri atas variabel yang meliputi papan tanda yang jelas, sampel produk secara gratis, penjelasan kelebihan produk, potongan harga hari tertentu, discount member kartu, discount awal bulan.
- b. Faktor tampilan interior yang terdiri atas variabel yang meliputi disain interior, *private brand*, aroma ruangan yang menyegarkan, aroma cocok dengan suasana toko.
- c. Faktor penerangan yang terdiri atas variabel yang meliputi Pemasangan tanda petunjuk, pencahayaan yang terang, pengaturan lampu.
- d. Faktor usia yang terdiri atas variabel yang meliputi sesuai dengan kebutuhan usia, selera sesuai usia.
- e. Faktor alunan musik yang terdiri atas variabel yang meliputi suara musik, tema musik.
- f. Faktor finansial yang terdiri atas variabel yang meliputi penghasilan yang mencukupi, semakin tinggi penghasilan.

V.2 Saran

Berdasarkan temuan dari peneliti serta berbagai kekurangan maupun keterbatasan peneliti, penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi Indomaret Hybrid Kebagusan Raya, adanya pengaruh kegiatan promosi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana atau *impulse buying* diharapkan dapat memberikan

informasi, masukan, dan sumbangan pemikiran sebagai bahan acuan untuk strategi pemasaran agar lebih baik dimasa yang akan datang.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, mengingat masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana atau impulse buying pada Indomaret Hybrid Kebagusan Raya yang belum diketahui, maka hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar lebih diketahui lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana atau *impulse buying*.
- c. Bagi Indomaret Hybrid Kebagusan Raya, agar lebih meningkatkan kegiatan promosi, agar konsumen terus melakukan pembelian tidak terencana atau impulse buying, dikarenakan faktor kegiatan promosi lebih mempengaruhi konsumen dalam melakukan *impulse buying*.

