

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali. Maka hasil penelitian tentang pengaruh *price discount*, *bonus pack* dan *product display* terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian deskriptif disimpulkan bahwa *price discount* tinggi, *bonus pack* sedang, *product display* tinggi dan *impulse buying* sedang. *Price discount*, *bonus pack* dan *impulse buying* sudah dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara spontan di JJ Mart Pangkalpinang. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel *price discount* sebesar 3,78 , skor rata-rata variabel *bonus pack* adalah sebesar 3,36, skor rata-rata variabel *product display* adalah sebesar 3,48 dan skor rata-rata variabel *impulse buying* adalah 3,28, yang berarti *impulse buying* di JJ Mart ada tinggi dan sedang. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.
- b. *Price discount* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang. Didapat dari hasil perhitungan t hitung sebesar 10,096 lebih besar dari t tabel 1,9674 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05.

Hal ini berarti bahwa *price discount* mempunyai peranan yang dalam terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang.

- c. *Bonus pack* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang. Didapat dari hasil perhitungan t hitung sebesar 9,868 lebih besar dari t tabel 1,9674 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa *bonus pack* mempunyai peranan yang dalam terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang.
- d. *Product display* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang. Didapat dari hasil perhitungan t hitung sebesar 8,186 lebih besar dari t tabel 1,9674 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa *bonus pack* mempunyai peranan yang dalam terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang.
- e. Hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa *price discount*, *bonus pack*, *product display* dan *impulse buying* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang. Hasil perhitungan didapat f hitung sebesar 87,992 dan kemudian dibandingkan dengan f tabel yaitu 2,63 berarti f hitung > f tabel dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < \text{taraf signifikansi } 0,05$. Sehingga semakin tinggi *price discount*, *bonus pack* dan *product display* akan mengakibatkan semakin tinggi pula *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain :

1. *Price Discount* harus lebih diperbanyak tujuan untuk menarik konsumen, terutama mempertahankan konsumen yang sudah ada sebelumnya untuk tetap loyal melakukan pembelian di JJ Mart Pangkalpinang
2. *Bonus pack* harus lebih ditingkatkan dan diperhatikan produk mana yang bermuatan ekstra sehingga agar terdapat peningkatan penjualan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk berbelanja di JJ Mart Pangkalpinang.
3. *Product display* harus lebih diperhatikan dan dikontrol lagi terutama harus ada kategori masing-masing produk agar dapat mempermudah konsumen dalam pencarian produk yang dibutuhkan sehingga para konsumen memperoleh kemudahan berbelanja di JJ Mart pangkalpinang
4. Saran untuk penelitian lanjutan, penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan menggantikan/menambah variabel lain yang direkomendasikan.