

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini mengenai Penaruh *Discount* dan In-Store Display terhadap Impluse Buying, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel *Discount* pada konsumen generasi Z produk Hush Puppies secara keseluruhan dianggap baik artinya apabila terdapat *Discount* yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen langsung melakukan *Impulse Buying* ini dilakukan untuk menghasilkan nilai standar ekonomi dengan cara menurunkan jumlah yang harus dibayarkan konsumen, itu terlihat dari indikator hemat yang menjadi indikator yang memiliki nilai tinggi dan indikator menarik yang memiliki nilai paling rendah, hal ini karena *Discount* yang diberikan sangat membantu konsumen karena tidak harus mengeluarkan uang yang cukup banyak
2. Berdasarkan hasil tanggapan dari responden mengenai In-Store Display terhadap Impluse Buying secara keseluruhan menunjukkan hasil baik itu terlihat dari indikator product arranging menjadi indikator yang memiliki nilai tinggi dan indikator product supplying memiliki nilai paling rendah, hal itu karena responden penataan barang sangat mempermudah konsumen dalam berbelanja

3. Berdasarkan hasil tanggapan dari responden mengenai *Impluse Buying* pada konsumen generasi Z produk Hush Puppies menunjukkan jawaban yang cukup baik hal itu terlihat dari indikator kegairahan dan stimuli yang memiliki nilai paling tinggi sedangkan tidak peduli akan akibat menjadi indikator yang memiliki nilai paling rendah artinya apabila hush puppies memiliki produk yang menarik konsumen langsung menyerbunya
4. Berdasarkan hasil analisis maka terdapat pengaruh *Discount* (X1) dan *In-Store Display* (X2) terhadap *Impluse Buying* (Y) adalah sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan hasil pengujian parsial maka dapat disimpulkan jika variabel *Discount* (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y)
 - b. Berdasarkan hasil pengujian parsial maka dapat disimpulkan jika variabel *In-Store Display* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y)
 - c. Berdasarkan hasil pengujian simultan maka dapat disimpulkan jika variabel *Discount* (X1) dan *In-Store Display* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y1)

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Discount* indikator menarik menjadi indikator paling rendah saran untuk toko hush puppies harus lebih meingkatkan lagi *Discount* yang diberikan untuk konsumen
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai In-Store Display indikator product supplying menjadi indikator yang lebih rendah hal itu bisa menjadi masukan untuk toko hush puppies supaya lebih meningkatkan lagi penataan produk agar konsumen lebih mudah mencari produk yang diinginkan.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Impluse Buying indikator tidak peduli akan sebab akibat memiliki nilai paling rendah artinya toko Hush Puppies harus meningkatkan lagi *Discount* yang diberikan untuk konsumen, memilih waktu untuk pemberian *Discount* yang cocok, pada *In-Store Display* penataannya harus lebih ditonjolkan dimana produk-produk mudah dijangkau.