BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *discount* (potongan harga) yang diterapkan Ramayana *Department Store* – PT. Ramayana Lestari Sentosa,, Tbk. Bandung terdiri dari dua jenis yaitu *Time Service (TS), Discount Time.* Namun selain itu, ada program lain yang diberikan oleh pihak Ramayana *Department Store* yakni *double discount. Double Discount* akan dijalankan jika penjualan di toko kurang bagus dan juga pada *event* tertentu. Kebijakan-kebijakan *discount* yang diterapkan dilakukan sesuai dengan kepentingan dan target penjualan yang harus dicapai, guna mendapatkan hasil penjualan dan margin terbaik.
2. Tanggapan responden mengenai *Discount* (Potongan Harga) yang diterapkan oleh Ramayana *Department Store* – PT. Ramayana Lestari Sentosa,Tbk. Bandung sudah cukup baik, hal ini dapat dilihat dari hasil pengkategorian klasifikasi jawaban responden yang memberikan tanggapan positif yang dalam hal ini pelaksanaan *discount* yang telah dilakukan oleh Ramayana *Department Store* Bandung cukup efektif.

3. Gambaran mengenai Pembelian Impulsif Produk pakaian pada Ramayana *Department Store* – PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung menunjukkan tanggapan yang tergolong cukup impulsif, hal ini dapat dilihat dari hasil pengkategorian klasifikasi jawaban responden yang memberikan tanggapan positif.
4. Besarnya pengaruh *Discount* (potongan harga) terhadap pembelian impulsif produk pakaian pada Ramayana *Department Store* – PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung adalah sebesar 59,7% dan sisanya sebesar 40,3% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis dalam penelitian seperti *display*, hadiah, kupon, pelayanan, model pakaian, merk, kualitas.

5.2 Saran

Konsumen *Retail* di Indonesia pada umumnya selalu menginginkan produk yang memiliki kualitas bagus dengan harga yang miring. Dan masyarakat dihadapkan dengan berbagai alternatif pilihan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka ketika berbagai *Department Store* menjual produk pakaian yang sangat variatif, tetapi hanya akan terbatas pada pilihan-pilihan tertentu yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

Tanpa bermaksud untuk mencampur tangan kebijakan – kebijakan yang ada pada perusahaan dan menarik dari kesimpulan di atas, maka dari itu penulis menyarankan:

1. Tanggapan responden terhadap pelaksanaa*n discount* (potongan harga) PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung cenderung positif. Namun untuk membangun kredibilitas yang lebih baik, sebaiknya PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung perlu menyusun strategi agar masa pelaksanaan dilakukan dengan tepat sesuai dengan kepentingan dan target penjualan yang harus dicapai.
2. Sebaiknya jenis produk yang diberi *discount* (potongan harga) oleh Ramayana *Departement Store* - PT. Ramayana Lestarsi Sentosa, Tbk. Bandung lebih disesuaikan dengan keinginan serta kebutuhan pasar sehingga diharapkan konsumen akan lebih tertarik terhadap *discount* yang ditawarkan.
3. Sebaiknya PT. Ramayana *Departement Store* – PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung perlu memberikan stimulus–stimulus positif lagi untuk mendorong perilaku pembelian yang tidak terencana guna keuntungan bagi perusahaan, khususnya memberikan dorongan bagi konsumen untuk mau melakukan pembelian impulsif tanpa merasakan emosi negatif pada saat melakukan pembelian, sehingga diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian impulsif lebih banyak.
4. Sebaiknya *Discount* untuk produk pakaian pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung lebih ditingkatkan lagi terutama untuk produknya yaitu produk-produk yang tidak terlalu *out of date* sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.