BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dalam Penelititian ini peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepribadian konsmen pada pembelian produk novel di Bandung Book Center wilayah Bandung paling banyak adalah pelanggan yang memiliki kepribadian ekstrovert sebanyak (68,91%) yang tergolong dalam kategori extrovert, sedangkan pelanggan yang tergolong introvert hanya menduduki kriteria cukup introvert sebesar (63,80%)

2. Tanggapan konsumen terhadap harga produk novel novel di Bandung Book Center wilayah Bandung, sebagian besar konsumen menyatakan bahwa harga produk novel di Bandung Book Center berada dalam kategori cukup sesuai dengan persentase sebesar 53,12% sedangkan persentase tertinggi didapat dari indikator harga yang terjangkau dengan kategori cukup terjangkau (55,03%) dan persentase terendah diperoleh dari indikator potongan harga dengan kategori cukup sering memberikan discount (51,84%).

3. *Impulse buying* konsumen dalam pembelian produk novel di Bandung Book Center wilayah Bandung menduduki kriteria cukup impulsif dengan persentase sebesar 62,79%. Presentase terbesar didapat dari indikator *impulse*

buying ketersediaan uang sebesar 69,44% dan presentase terendah diperoleh dari indikator emosi positif sebesar 55,69%

4. Hubungan antara kepribadian extrovert ($X1._1$) dengan kepribadian introvert ($X1._2$) yaitu sebesar - 0,21 atau dalam kategori negatif, artinya jika pembeli novel di Bandung Book Center yang memiliki kepribadian extrovert mengalami kenaikan maka pembeli novel yang memiliki kepribadian introvert akan turun, atau dengan kata lain berbanding terbalik.

5. Hubungan antara kepribadian extrovert ($X1._1$) dengan harga (X.2) yaitu sebesar 0.15 dalam kategori sangat rendah. Hal tersebut selain dikarenakan *case study* di toko buku Bandung Book Center dimana respon pembeli novel terhadap harga dinilai sangat rendah walaupun harganya dinilai sudah cukup terjangkau, namun juga dikarenakan novel merupakan salah satu produk yang dikategorikan kebutuhan tertier dimana orang masih berpikir dua kali untuk membeli novel walaupun harganya sedang discount.

6. Hubungan antara variabel kepribadian introvert ($X_{1.2}$) dengan harga (X_2) adalah sebesar 0.03 termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal tersebut dikarenakan total responden yang memiliki kepribadian introvert jumlahnya lebih rendah bila dibandingan dengan kepribadian ekstrovert. Selain dari itu karakteristik introvert yang penuh pertimbangan dalam membeli suatu barang juga sangat mempengaruhi, apalagi produk novel merupakan kebutuhan tertier

7. Terdapat pengaruh antara kepribadian dan harga terhadap *impulse buying* pada pembelian novel di toko buku Bandung Book Center . Pengaruh terbesar

terhadap *impulse buying* diperoleh dari kepribadian extrovert sebesar 59,16% dan pengaruh terendah diperoleh dari variabel harga sebesar 7,71% serta pengaruh kepribadian introvert sebesar 24,07%. Sehingga total pengaruh dari kepribadian dan harga terhadap *impulse buying* sebesar 90,93%.Sedangkan sisanya sebesar 9,07% diperoleh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti efek kenyamanan toko,pelayanan dan display toko.

7.2. Saran

Pada penelitian ini penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meniliti tentang kepribadian yang dikaitkan dengan jenis – jenis novel, sehingga dapat diketahui kecenderungan kepribadian konsumen yang memiliki kepribadian ekstrovert – introvert lebih menyukai jenis novel yang bagaimana dengan genre apa agar perusahaan dapat memetakan srategi bisnis yang baru untuk menarik minat membeli konsumen terhadap novel.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meniliti tentang besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap orang yang memiliki kepribadian ekstrovert atau introvert terhadap pembelian novel.
3. Bagi Bandung Book Center diharapkan lebih menyempurnakan lagi pelayanannya karena harga yang cukup terjangkau saja tidak akan cukup untuk menarik minat pembeli.