BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Faktor Potongan harga yang diberikan pihak Giant Hypemarket menurut hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari responden mengenai potongan harga dinyatakan cukup baik, hal ini ditunjang dengan hasil pengelolahan kuesioner bab sebelumnya. Namun adanya kekecewaan dari beberapa konsumen dikarenakan potongan harga yang diberikan secara besar hanya lah produk yang kurang layak.
2. Demikian pula dengan penataan produk yang dilakukan pihak Giant Hypemaret bahwa menurut para responden dari hasil kuesioner yang dilakukan bahwa penataan produknya cukup baik, namun belum sepenuhnya baik dikarenakan penataan produk terhadap barang yang mendapatkan potongan harga tinggi tidak terliha baik dan pengelompokan belum tertata secara rapi.
3. Pembelian implusif yang terjadi di Giant Hypemarket menurut para responden melalui hasil kuesioner yang dilakukan bahwa terbilang cukup baik, hali ini dapat dilihat di bab sebelumnya, namun dari segi penataan produk yang mendapatkan potongan harga yang besar akan mengakibatkan rasa tidak nyaman dari konsumen saat berbelanja.
4. Faktor potongan harga dan penataan produk yang dilakukan pihak Giant Hypemarket mempengaruhi konsumen secara parsial dan signifikan, begitu pula dengan penataan produk yang dilakukan mempengaruhi pula secara parsial dan signifikan., faktor

potongan harga dan penataan produk yang dilakukan Giant Hypemarket mempengaruhi pembelian implusif secara silmutan dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah pengaruh potongan harga(diskon) dan penataan produk terhadap pembelian implusif, adalah sebagai berikut:

1. Untuk potongan harga yang dilakukan pihak Giant Hypemarket, disarankan untuk memberikan potongan harga pada produk-produk yang memang masih layak agar konsumen merasa puas dengan hasil yang didapatkan saat berbelanja di Giant Hypemarket.
2. Tidak hanya faktor potongan harga saja, namun pada penataan produk harus ditingkatkan agar konsumen nyaman berada didalam toko saat berbelanja, seperti penempatak produk yang mendapatkan potongan harga besar dan kurang layak pajang supaya ditempatkan di area yang kurang ramai dikunjungi.
3. Potongan harga dan penataan produk yang dilakukan Giant Hypemarket harus lebih baik lagi untuk menarik perhatian konsumen, agar merasa nyaman, dan tingkat pembelian implusif meningkat.