BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh display produk dan motivasi berbelanja berdasarkan kesenangan terhadap pembelian impulsif pada CV Rabbani jalan Dipatiukur dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Display produk CV Rabbani jalan Dipatiukur tergolong biasa saja, terlihat dari hasil kuisioner bahwa mayoritas responden merasa bahwa pemajangan produk depan toko terlihat tidak istimewa dan tidak menarik perhatian para responden. Sesuai dengan pernyataan terendah yaitu pemajangan depan toko terlihat kurang menarik perhatian konsumen CV Rabbani jalan Dipatiukur sedangkan pernyataan tertinggi adalah pemajangan yang ada pada luar ruangan yang sedang promosi menarik perhatian konsumen.
2. Motivasi berbelanja berdasarkan kesenangan konsumen CV Rabbani jalan Dipatiukur tergolong biasa saja, artinya konsumen tidak terlalu semangat dan bergairah dalam berbelanja. Sesuai dengan pernyataan terendah konsumen yang menyatakan tidak terlalu bersemangan dengan produk baru sedangkan pernyataan tertinggi yaitu konsumen merasa senang ketika berbelanja dengan keluarga atau teman.

3. Pembelian impulsif konsumen CV Rabbani jalan Dipatiukur tergolong cukup baik, terlihat bahwa mayoritas responden cenderung kurang mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang sehingga terjadi pembelian impulsive, sesuai dengan pernyataan yang menyatakan bahwa konsumen merasa bergairah untuk membeli barang yang diinginkan.
4. Berdasarkan hasil analisis display produk dan motivasi berbelanja berdasarkan kesenangan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif baik secara parsial maupun simultan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran bagi CV Rabbani Jalan Dipatiukur sebagai bahan pertimbangan perusahaan maupun untuk pihak lainnya mengenai pengaruh display produk dan motivasi berbelanja berdasarkan kesenangan terhadap pembelian impulsif, Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ingin mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan dan membuat display produk yang lebih menarik agar konsumen lebih tertarik melihat serta membeli produk yang ditawarkan, dengan cara meningkatkan cara pemajangan display produk yang ada pada depan toko agar dapat menarik perhatian konsumen dan juga produk yang dipromosikan pada luar ruangan toko lebih ditingkatkan pemajangannya agar semakin banyak konsumen yang tertarik.
2. Untuk meningkatkan semangat konsumen untuk berbelanja di CV Rabbani sebaiknya CV Rabbani membuat sesuatu yang menarik perhatian konsumen agar lebih tertarik terhadap produk CV Rabbani. Oleh karena itu akan lebih baik jika CV Rabbani jalan Dipatiukur menyajikan produk baru yang lebih menarik konsumen serta mempertahankan suasan toko yang membuat konsumen nyaman ketika berbelanja sendiri maupun bersama keluarga atau teman.
3. Sebaiknya CV Rabbani memberikan promosi produk berupa diskon yang menarik sehingga konsumen secara tidak sadar melakukan pembelian, sehingga dapat terjadi pembelian impulsif.

4. Pada pembelian impulsif konsumen CV Rabbani jalan Dipatiukur sudah cukup kognitif dan afektif namun akan lebih baik jika perilaku konsumen lebih diperhatikan khususnya konsumen yang melakukan pembelian secara spontan, misalnya dengan mengadakan obral atau promosi produk saat hari-hari tertentu agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.