

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko, penataan produk, dan potongan harga terhadap pembelian impulsif pada Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap.
2. Penataan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap
3. Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap
4. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,664 (66,4%) hasil ini menunjukkan bahwa atmosfer toko, penataan produk, dan potongan harga memberikan sumbangan pengaruh sebesar 66,4% kepada pembelian impulsif, sisanya sebesar 33,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap harus meningkatkan strategi pemasarannya, terutama pada atmosphere toko, penataan produk, dan potongan harga, hal tersebut menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja.
2. Toserba Jadi Baru Kroya Cilacap harus dapat menarik minat belanja konsumen dengan cara memperbanyak promosi penjualan seperti potongan harga, promosi, *buy one get one*, atau undian.
3. Penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mencari faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi hubungan terhadap *impulse buying* dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.