

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh potongan harga, promosi penjualan, dan display terhadap peningkatan impulse buying konsumen toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung maka, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen di toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung.
2. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen di toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung.
3. *Display* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen di toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung.
4. Secara bersama-sama potongan harga, promosi penjualan, dan display berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung.
5. Potongan harga berpengaruh dominan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen di toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Akademik**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan potongan harga, promosi penjualan dan display terhadap peningkatan impulse buying konsumen. Namun bagi pihak akademisi masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

### **2. Bagi Perusahaan**

a. Indomaret Raya Pattimura baru, diharapkan selalu memberikan potongan harga dan tidak hanya produk itu-itu saja tetapi ada produk yang jarang diberikan potongan harga, agar konsumen jadi lebih merasa tertarik berbelanja di Indomaret. Produk yang menawarkan potongan harga sebaiknya juga memperhatikan kualitas jadi walaupun murah tetap berkualitas sehingga memiliki daya saing dengan produk-produk lain.

- b. Indomaret Raya Pattimura Baru, diharapkan selalu membuat promosi penjualan yang inovatif agar bisa menarik para konsumen untuk berbelanja di Indomaret. Perusahaan diharapkan terus kreatif dalam merancang dan menjalankan kegiatan promosi di dalam toko dalam upaya menarik dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan *impulse buying* perusahaan perlu membuat perencanaan yang matang, menetapkan tujuan promosi yang jelas, dan selalu melakukan evaluasi dapat terarah dan dapat dikontrol dengan baik. Dan lebih sering saja melakukan donasi dalam promosi penjualannya untuk membantu orang yang tidak mampu.
  - c. Indomaret Raya Pattimura baru, diharapkan dalam penataan *Display* lebih teratur masih ada beberapa yang kurang diharapkan lebih baik lagi agar meningkatkan penjualan di Indomaret karena disini hasilnya kurang dibandingkan variabel lainnya harusnya Indomaret lebih menekankan pada *display* yang menarik konsumen misalnya seperti penataan produk yang didisplay itu tidak hanya produk brand-brand saja tetapi produk yang kurang terkenal juga ditawarkan.
3. Bagi peneliti yang akan datang
- Bahan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel yang lain yang memiliki implikasi langsung terhadap peningkatan *impulse buying* konsumen di toko waralaba Raya Pattimura Baru Tulungagung.

