

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai “Pengaruh *Price Discount*, Motivasi Belanja Hedonis Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Di Toko Galery RJ Kota Bengkulu”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Price Discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di toko Galery RJ kota Bengkulu
2. Motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di toko Galery RJ kota Bengkulu
3. *Shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di toko Galery RJ kota Bengkulu
4. *Price discount*, motivasi belanja hedonis dan *shopping lifestyle* secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap *impulse buying* di Toko Galery RJ kota Bengkulu

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan variabel *price discount*, hasil tanggapan responden yang mendapatkan nilai terendah (konsumen memiliki produk favorit, tetapi konsumen lebih sering membeli produk yang menawarkan potongan harga),

maka disarankan kepada Toko Galery RJ untuk dapat meningkatkan daya tarik produk favorit, melalui keunikan, kualitas atau promosi visual di toko ataupun sosial media, menerapkan strategi produk bundling antara produk favorit dan produk lain untuk dapat meningkatkan pembelian.

2. Berdasarkan variabel motivasi belanja hedonis, hasil tanggapan responden yang mendapatkan nilai terendah (konsumen yang berbelanja cenderung mengikuti trend), maka disarankan kepada Toko Galery RJ untuk tidak hanya mengandalkan tren tetapi lebih menyesuaikan produk dengan preferensi lokal atau kebutuhan konsumen sehari-hari dapat menjadi alternatif yang lebih efektif.
3. Berdasarkan variabel *shopping lifestyle*, hasil tanggapan responden yang mendapatkan nilai terendah (konsumen membeli produk Galery RJ karena merek yang terkenal), maka disarankan kepada Toko Galery RJ untuk lebih meningkatkan promosi di sosial media, lebih menonjolkan kualitas dan keunikan produk serta bisa menggunakan testimoniya pelanggan untuk membangun kepercayaan konsumen.
4. Berdasarkan variabel *impulse buying*, hasil tanggapan responden yang mendapatkan nilai terendah (saya senang berbelanja produk fashion di Toko Galery RJ ketika diadakn diskon besar-besaran), maka disarankan kepada Toko Galery RJ untuk dapat mengevaluasi strategi promosi yang akan digunakan, juga disarankan untuk bisa menciptakan suasana berbelanja yang nyaman dan eksklusif saat promo berlangsung, agar konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian secara impulsif.