

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh motif hedonis dan motif utilitarian terhadap impulse buying pada konsumen Thrift Shop Panorama Kota Bengkulu, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulse buying pada konsumen Thrift Shop Panorama Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesenangan, kenyamanan, dan pengalaman emosional yang dirasakan konsumen saat berbelanja, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif.
2. Motif utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulse buying pada konsumen Thrift Shop Panorama Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat, nilai ekonomis, dan kegunaan produk yang dirasakan konsumen mampu mendorong terjadinya pembelian secara spontan.
3. Motif hedonis dan motif utilitarian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulse buying pada konsumen Thrift Shop Panorama Kota Bengkulu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa motif hedonis merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan motif utilitarian dalam memengaruhi impulse buying. Selain itu, sebesar 79,1% variasi impulse

buying dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 20,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penjual thrift shop di Pasar Panorama Kota Bengkulu disarankan untuk menciptakan suasana belanja yang nyaman, menarik, dan menyenangkan, seperti menata produk dengan rapi, menjaga kebersihan toko, serta memberikan pelayanan yang ramah. Hal ini dapat meningkatkan pengalaman belanja konsumen sehingga mampu menarik minat mereka untuk kembali berbelanja.
2. Penjual perlu mempertahankan kualitas produk yang dijual dengan melakukan seleksi terhadap barang thrift agar tetap layak pakai, bersih, dan memiliki nilai guna yang baik. Selain itu, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan persepsi nilai (value for money) di mata konsumen.
3. Penjual disarankan untuk menyediakan variasi produk yang unik, mengikuti tren, dan memperbarui stok secara berkala. Ketersediaan produk yang beragam dan terbatas dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memberikan pengalaman berburu barang (treasure hunting) yang menjadi salah satu daya tarik utama dalam berbelanja di thrift shop.
4. Penjual dapat memanfaatkan strategi promosi, seperti pemberian potongan harga, paket pembelian, atau informasi mengenai kedatangan stok baru melalui

media sosial. Strategi tersebut dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk datang dan melakukan pembelian.

5. Penjual juga perlu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang komunikatif, jujur, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Hubungan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong pembelian ulang, serta menciptakan loyalitas konsumen terhadap thrift shop.

