REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil olah data dilanjutkan dengan analisis mengenai pengaruh *display* produk dan *personal selling* terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di Pasar Kliwon Kudus, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *display* produk terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar kliwon kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,000 sehingga indikator yang menggambarkan *display* produk terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar Kliwon Kudus.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar kliwon kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,006 sehingga indikator yang menggambarkan *personal selling* terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar Kliwon Kudus.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *display* produk dan *personal selling* terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar Kliwon Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.000 sehingga indikator yang menggambarkan *display* produk dan *personal selling* secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen jilbab di pasar Kliwon Kudus.

B. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Keterbatasan dalam kerangka konsep: Kerangka konsep penelitian ini hanya menghubungkan komponen-komponen yang diperkirakan terkait dengan variabel terkait (*independen*), sehingga besar kemungkinan ada

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

beberapa variabel lain yang belum masuk atau belum ikut dalam kerangka konsep yang juga berhubungan dengan *impulse buying*.

2. Keterbatasan desain penelitian: Teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda, sehingga interpretasi yang diperoleh tidak cukup untuk menentukan kekuatan atau besarnya hubungan masing-masing indikator variabel.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan hal-hal berikut ini:

1. Pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang *impulse buying* yang nampaknya tidak cukup dilakukan dalam satu kali pengamatan sebagaimana melalui pendekatan kuantitatif.
2. Penelitian ini mengambil obyek yang terbatas yakni pada konsumen jilbab di Pasar Kliwon Kudus. Pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan pengamatan dengan obyek yang lebih luas, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan.

D. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penulisan skripsi ini. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang telah memberikan pelajaran kepada kita semua bagaimana menjadi seorang pakar ekonomi Islam yang baik yang diridhoi Allah SWT, semoga kita semua selalu mengikuti jejaknya. Amiin

Penulis menyadari sedalam-dalamnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan sangat dangkalnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun pembaca, demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Akhirnya tiada kata yang pantas keluar dari penulis selain memohon ampun kepada Ilahi Robbi, atas segala kekurangan dan kesalahan penulis dan doa penulis semoga skripsi ini dikemudian hari dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan semua pihak pada umumnya, yang benar-benar membutuhkannya. *Amien ya robbal 'alamin.*

http://eprints.stainkudus.ac.id