

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping motives*, *display product* dan *personal selling* terhadap *impulse buying*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 95 konsumen yang ada di Elzatta kalinyamatan Jepara. Setelah peneliti melakukan analisis, maka peneliti dapat memberikan simpulan sebagai berikut :

1. Variabel *hedonic shopping motives* (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* di Toko Elzatta kalinyamatan Jepara. Pernyataan tersebut didapat dari hasil t hitung (3,173) > t tabel (1,986). Dapat disimpulkan bahwa *hedonic shopping motives* berpengaruh terhadap *impulse buying* di Elzatta kalinyamatan Jepara. Jadi semakin banyak yang melakukan berbelanja hedonis maka akan semakin meningkat pembelian *impulse buying*.
2. Variabel *display product* (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* di Elzatta kalinyamatan Jepara. Pernyataan tersebut didapat dari hasil t hitung (8,998) > t tabel (1,986). Dapat disimpulkan bahwa *Display product* berpengaruh terhadap *impulse buying* di Elzatta kalinyamatan Jepara. Jadi semakin *display* yang ditampilkan maka akan semakin meningkat pula pembelian *impulse buying*.
3. Variabel *personal selling* (X3) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* di Toko Elzatta kalinyamatan Jepara. Pernyataan tersebut didapat dari hasil t hitung (3,400) > t tabel (1,9863). Dapat disimpulkan bahwa *personal selling* berpengaruh terhadap *impulse buying* di Elzatta kalinyamatan Jepara. Jadi semakin baik penjualan personal maka akan semakin meningkatkan pembelian *impulse buying*.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *hedonic shopping motives*, *display product* dan *personal selling* terhadap *impulse buying* di Elzatta Kalinyamatan Jepara.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah variabel masih terlalu sedikit, penelitian yang hanya dilakukan di halaman toko Elzatta serta jumlah sampel hanya 95 responden, sehingga peneliti kurang maksimal dalam menyebarkan angket/kuesioner.

C. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan antara lain :

1. Bagi penelitian yang akan meneliti pada permasalahan yang sejenis diharapkan memasukkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, serta memperluas objek penelitian untuk memaparkan dan membandingkan toko yang satu dengan yang lainnya.
2. Bagi perusahaan supaya menambah *display* produk dan meningkatkan *personal selling* supaya dapat meningkatkan penjualan.
3. Variabel penelitian diperbanyak agar dapat memberikan kontribusi yang lebih baik.

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, sehingga kita semua selalu mengikuti jejaknya, Amin.

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 kritikk dan saran yang membangun pembaca, demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

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

