

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis berbagai uji yang sudah dilaksanakan, ditemukan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap *Impulse Buying*

Hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini adalah pengaruh keragaman produk terhadap *impulse buying*. Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

2. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying*

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulse buying*. Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, artinya variabel *store atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*.

3. Pengaruh promosi instagram terhadap *impulse buying*

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah pengaruh promosi instagram terhadap *impulse buying*. Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel promosi instagram secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

B. Saran

1. Saran Untuk Toko Pakaian Dressy Gallery

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pada pemilik toko pakaian Dressy Gallery dalam menerapkan upaya-upaya untuk meningkatkan *impulse buying* melalui manajemen pemasaran yang menarik, dan nantinya dapat meningkatkan penjualan di toko pakaian Dressy Gallery. Selain itu disarankan toko pakaian Dressy Gallery untuk senantiasa mengembangkan produk yang ada sehingga produk

tersedia setiap saat ditoko. Dan diharapkan toko pakaian Dressy Gallery dapat mempertahankan atau meningkatkan *store atmosphere* dan promosi instagram agar tetap nyaman, menarik, dan menyenangkan bagi konsumen dalam melakukan pembelian secara impulsif.

2. Saran Untuk Konsumen

Bagi konsumen wanita di Dressy Gallery da lam mengkonsumsi atau belanja agar tidak hanya untuk memenuhi keinginan semata hanya untuk mengikuti trend demi kepuasan hasrat semata. Tetapi juga harus melihat kegunaan dari produk tersebut.

3. Saran Untuk Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau referensi ntuk mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran atau ilmu manajemen yang lainnya. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu meningkatkan variabel, metode maupun subyek penelitian yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan maksimal.

C. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah swt, karena telah memberikan petunjuk dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad saw yang penulis harapkan syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti, amiin.

Dalam pembuatan skripsi ini, kendati telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, penulis menyadari bahwa tulisan ini masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu penulis berharap kritik dan saran dari berbagai pihak agar tulisan ini menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi bahan bacaan, diskusi atau penelitian selanjutnya dalam dunia praktik maupun akademik, dan bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya.