

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data penelitian responden terhadap *impulse buying* ditinjau dari aspek religiositas, *personal selling* dan *display* produk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa religiositas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Tingkat keimanan yang kuat dan semakin besar komitmen dalam beragama, akan mempengaruhi keputusan dalam pembelian tidak terencana atau *impulse buying*.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Kemampuan *personal selling* yang baik bagi wiraniaga akan membantu konsumen dalam menemukan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian, peluang calon konsumen untuk membeli semakin besar.
3. Penelitian ini membuktikan bahwa *display* produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Penataan produk (*display*) menjadi syarat yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang minimarket ritel. *Display* Produk yang pas dan baik, sesuai dengan kaidah *display* produk, akan memberikan daya tarik dan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan apa yang dibutuhkan bahkan apa yang tidak dibutuhkan sekalipun.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari sisi referensi dan sumber acuan yang digunakan oleh peneliti. Penelitian yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka mampu memberikan pemahaman secara terperinci sehingga mudah dipahami oleh generasi selanjutnya. penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya menguji pengaruh religiositas, *personal selling* dan *display* produk, padahal masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi *impulse buying*, terbukti dari nilai *adjusted R square* hanya sebesar 50,0% jadi masih ada sebesar 50,0% yang dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 96 responden, sehingga untuk menganalisis masih kurang maksimal.
3. Data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berdasarkan pada persepsi jawaban responden. Persepsi saat ini dapat berbeda dilain waktu.
4. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga penelitian ini kurang maksimal .

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

Berdasarkan penelitian ini, membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari religiositas, *personal selling* dan *display* produk terhadap *impulse buying* di toko Hufadz Jepara. Maka,

1. Manajemen sangat dibutuhkan untuk memberi perhatian lebih terhadap perilaku *impulse buying*, yang sering kali dilakukan oleh konsumen. Dengan memperhatikan secara khusus dan memaksimalkan religiositas, *personal selling* dan *display* produk, yang telah terbukti berdasarkan penelitian ini mampu mempengaruhi perilaku *impulse buying* konsumen, maka tingkat penjualan dapat ditingkatkan.
2. Dalam penelitian ini hanya mengukur *impulse buying* dari aspek religiositas, *personal selling* dan *display* produk. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti lain untuk lebih meningkatkan penelitiannya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi *impulse buying* serta menambahkan teori-teori baru yang lebih baik.
3. Berdasarkan koefisien determinasi antara religiositas, *personal selling* dan *display* produk terhadap *impulse buying* di toko Hufadz Jepara sebesar 50,0%, dan sisanya 50,0% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi *impulse buying* di toko Hufadz Jepara maka dari itu saran bagi peneliti selanjutnya agar dilakukan penelitian lanjutan dengan membahas lingkup yang lebih luas.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 96, disarankan bagi peneliti selanjutnya, untuk menambah jumlah sampel agar dapat menganalisis lebih maksimal.

D. Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidyah serta inayahnya dari awal pengerjaan skripsi hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “**Pengaruh Religiositas, *Personal Selling*, dan *Display Produk* di Toko Hufadz Jepara**”. Harapan penulis semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri pribadi dan pembaca pada umumnya. Penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama penulisan skripsi ini. Akhir kata, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata dan kekurangan adalah milih hamba-Nya.

