BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pembelian impulsif di Alfamart Puseurjaya adalah potongan harga, promosi penjualan, display toko, keragaman produk dan periklanan dengan sumbangan varian berturut-turut yaitu 65.754%, 13.549%, 8.300%, 7.853%, dan 4.544%.
2. Dari lima indikator tersebut, terbentuk 1 faktor yaitu potongan harga yang memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 3.288 dengan sumbangan varians sebesar 65.754%. Sehingga, potongan harga merupakan indikator yang berpengaruh signifikan, sedangkan promosi penjualan, display toko, keragaman produk dan periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif konsumen di Alfamart Puseurjaya.
3. Berdasarkan hasil analisis faktor, komponen transformasi matrik menunjukkan bahwa pada komponen 1 nilai korelasinya berturut-turut > 0.5 yaitu 0.872, 0.851, 0.819, 0.794, dan 0.708. Maka faktor terbentuk dapat disimpulkan stabil dan dapat digeneralisasi untuk populasi yang ada.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan saran pada Alfamart Puseurjaya untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana yaitu lebel potongan harga harus lebih menarik perhatian, produk potongan harga diletakkan pada area yang mudah dilihat, dan pemasangan poster yang lebih Menarik dan komunikatif dengan tujuan mengingatkan persediaan dan kebutuhan konsumen.