

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada Sportaways.com maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Store Atmosphere* dan Daya tarik promosi buy 1 get 1 mempunyai pengaruh terbilang rendah terhadap *Impulse Buying* terlihat dari perhitungan SPSS versi.25 R^2 0,106 (10,6%) dan sisanya (89,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Disamping itu *store atmosphere* dan daya tarik promosi buy 1 get 1 memiliki pengaruh positif terhadap *impulse buying* di Sportaways.com.
2. *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh yang terbilang rendah terhadap *impulse buying* sebesar 0,007 (0,7%) dan sisanya (92,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. *Store atmosphere* memiliki pengaruh yang positif artinya *impulse buying* akan meningkat apabila *store atmosphere* dilakukan dengan baik.
3. Daya tarik promosi buy 1 get 1 mempunyai pengaruh yang terbilang rendah terhadap *impulse buying* sebesar 0,078 (7,8%) dan (92,8%) sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Daya tarik promosi buy 1 get 1 memiliki pengaruh yang positif artinya *impulse buying* akan meningkat apabila promosi potongan harga dilakukan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Sportaways.com adalah :

1. Pengaruh *store atmosphere* mengindikasikan tergolong rendah. Oleh karena itu *store atmosphere* masih harus ditingkatkan dengan memperindah suasana toko dengan cara desain dan tata ruang terlihat lebih menarik dan suhu ruangan yang cukup agar pengunjung tertarik berkunjung ke toko.
2. Pengaruh daya tarik promosi buy 1 get 1 mengindikasikan tergolong rendah. Oleh karena itu daya tarik promosi buy 1 get 1 masih harus ditingkatkan lagi melalui promosi dengan potongan harga yang spesial atau promo-promo menarik lainnya seperti *price discount*, peningkatan promosi yang banyak akan berdampak pada peningkatan *impulse buying*
3. Pengaruh *store atmosphere* dan daya tarik promosi buy 1 get 1 mempunyai pengaruh yang kurang baik terhadap *impulse buying*. Terkait hal ini sebagai masukan yang dapat disampaikan yaitu untuk *store atmosphere* dapat melakukan membuat suasana toko yang nyaman dan menarik serta lokasi yang strategis sehingga pengunjung lebih banyak datang ke *store*. Untuk daya tarik promosi buy 1 get 1 dapat ditingkatkan melalui salah satunya promosi *online* dan *offline*, serta selalu inovasi membuat banyak promosi yang menarik agar berbeda dengan para pesaing lainnya. *Store atmosphere* dan daya tarik promosi buy 1 get 1 akan memiliki pengaruh lebih besar terhadap *impulse buying* apabila dilakukan dengan baik