

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. *Store atmosphere* dan Promosi Potongan Harga mempunyai pengaruh terbilang rendah terhadap *Impulse buying* terlihat dari perhitungan SPSS versi.25 R^2 0,449 (44,9%) dan sisanya (55,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Disamping itu *store atmosphere* dan promosi potongan harga memiliki pengaruh negatif terhadap *impulse buying* di zefwearing.co.
2. *Store atmosphere* mempunyai pengaruh yang terbilang rendah terhadap *impulse buying* sebesar 40,3% dan sisanya 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. Promosi Potongan Harga mempunyai pengaruh yang terbilang rendah terhadap *impulse buying* sebesar 44,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Promosi potongan harga 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 Zefwearing.Co adalah :

1. Pengaruh *store atmosphere* mengindikasikan tergolong rendah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan *store atmosphere* yang harus di perbaiki adalah zefwearing.co menerapkan *store atmosphere* dengan memperindah suasana *store* dengan cara desain dan tata ruang terlihat lebih menaraik agar pengunjung tertarik berkunjung ke *store*.
2. Pengaruh promosi potongan harga mengindikasikan tergolong rendah. Oleh karena itu promosi potongan harga masih harus ditingkatkan lagi melalui promosi dengan potongan harga yang spesial atau promo promo menarik lainnya seperti buy *one get one*, peningkatan promosi yang banyak akan berdampak pada peningkatan *impulse buying*.
3. *Impulse buying* dapat lebih meningkat apabila zefwearing.co bisa lebih memaksimalkan suasana *store* yang menarik serta penempatan promosi potongan harga yang jelas dan membuat macan macam promosi yang di tawarkan lebih banyak untuk meningkatkan *impulse buying* nya.
4. Pengaruh *store atmosphere* dan promosi potongan harga mempunyai pengaruh yang kurang baik terhadap *impulse buying*. Terkait hal ini sebagai masukan yang dapat disampaikan yaitu zefwearing harus lebih objektif dalam melakukan desain suasana *store* yang nyaman dan menarik sehingga pengunjung lebih banyak datang ke *store*. Untuk promosi potongan harga dapat ditingkatkan melalui promosi promosi yang besar dan banyak promosi yang menarik agar berbeda dengan para pesaing lainnya. *Store atmosphere* dan

promosi potongan harga akan memiliki pengaruh lebih besar terhadap *impulse buying* apabila dilakukan dengan baik

