

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Janji Jiwa di Cikarang Selatan berdasarkan *visual merchandising* dan *hedonic shopping motivation*, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *visual merchandising* (X1) dan *hedonic shopping motivation* (X2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini dibuktikan pada uji F yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H1 diterima. Adapun model regresi yang menjelaskannya sebagai berikut: $Y = 12,811 + 0,525 (VM) + 0,606 (HSM)$, fungsi ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
2. Variabel *visual merchandising* (X1) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H2 diterima.
3. Variabel *hedonic shopping motivation* (X2) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Kopi Janji Jiwa lebih memperbanyak dan membuat suatu hal yang baru dan inovatif dalam kegiatan promosinya terus menerus selain menggunakan *visual merchandising* supaya bisa menarik konsumen dan lebih terkenal di pasaran dengan keunikan, kekuatan, serta keuntungan sehingga akan mudah berkesan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian.
2. Sebaiknya pihak manajemen Kopi janji Jiwa terus mengikuti perkembangan teknologi dan terus berinovasi, dengan tingginya motivasi belanja hedonis yang dimiliki seseorang, maka akan berpengaruh melakukan keputusan pembelian secara langsung.
3. Untuk meningkatkan penjualan mengenai produk Kopi Janji Jiwa, perusahaan Jiwa *Group* disarankan agar lebih sering mengunggah konten atau informasi mengenai produk dan berinovasi dalam menawarkan produknya. Sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.