

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsif buying*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat akan berpengaruh terhadap *impulsif buying*
2. *Visual Display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsif buying*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik *visual display* yang disajikan akan meningkatkan *impulsif buying*.
3. *Stimulus discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsif buying*. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi pemberian *stimulus discount*, akan meningkatkan *impulsif buying*.
4. *Positive emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsif buying*. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi pemberian *positive emotion*, akan meningkatkan *impulsif buying*
5. Kualitas pelayanan, *visual display*, *stimulus discount* dan *positive emotion* secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulsif buying*.
6. *Positive emotion* memoderasi atau meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan, *visual display*, dan *stimulus discount* terhadap *impulsif buying*. Hasil ini menunjukkan bahwa *positive emotion* akan meningkatkan masing-masing pengaruh dari kualitas pelayanan, *visual display*, dan *stimulus discount* terhadap *impulsif buying*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan untuk pihak perusahaan:

1. Dari segi kualitas pelayanan diharapkan pihak perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan pelatihan secara berkala kepada para karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
2. Dari segi *visual display*, diharapkan untuk dapat meningkatkan ketrampilan dalam menyusun *visual display* dengan pemilihan produk dan warna dan ukuran yang dapat meningkatkan perhatian dari konsumen yang berkunjung.

3. Dari segi *stimulus discount* diharapkan dapat memilih produk-produk yang akan diberikan *stimulus discount* seperti produk-produk yang memang dibutuhkan sehingga akan lebih menarik minat dan menumbuhkan *impulsif buying* konsumen yang datang ke MBC Kota Metro.
4. Dari segi *positive emotion* diharapkan dapat meningkatkan pengalaman dari para pembeli dengan membuat suasana berbelanja sehingga akan lebih menciptakan suasana berbelanja yang berkesan sehingga akan menumbuhkan *impulsif buying* konsumen yang datang ke MBC Kota Metro
5. Dari keseluruhan hasil tersebut maka pihak perusahaan dapat menjadikan strategi yang memicu *impulsif buying* bagi konsumen yang berkunjung dengan meningkatkan kualitas pelayanan, *visual display* dan pemberian *stimulus discount* kepada pengunjung.