

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan dampak *price discount* dan gaya hidup pada pelanggan Miniso di kota Padang dengan cara menyampaikan survey kepada pembeli yang telah membeli barang Miniso. Dengan menggunakan strategi eksplorasi untuk berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung, informasi yang telah dikumpulkan dari survei penelitian yang telah diberikan kepada pembeli Miniso kemudian ditangani menggunakan program SPSS (*Statistic Program For Social Science*). Berdasarkan hasil analisa dan pengujian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *price discount* terhadap *impulse buying* pada konsumen Miniso. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,466 dan hasil uji t diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $6,098 > 1,66105$ ) dengan arti  $0,000 < 0,05$ .
2. Pada variabel gaya hidup terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Miniso. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $1,789 > 1,29103$ ). Pada tingkat resiliensi gaya hidup (*confidence level*) 90% atau = 10%, maka nilai kepentingan hasil perhitungan untuk variabel *impulse buying* adalah  $0,077 < 0,10$ .
3. Hasil dari analisis korelasi linear berganda (R) sebesar 0,491 maka diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,477. Pengaruh semua variabel (X) terhadap variabel (Y) sebesar 47,7% sedangkan 52,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Hasil uji F, dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $44,227 > 2,70$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat diartikan bahwa model penelitian memenuhi syarat sebagai model yang baik dan diperoleh hasil yang dianggap memenuhi reliabilitas atau ketepatan ukuran dalam hasil penelitian dari variabel *price discount* (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap *impulse buying* pada konsumen Miniso di kota Padang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis peneliti, maka saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - *Price discount* : Miniso sebaiknya lebih sering lagi untuk melakukan potongan harga kepada konsumen, karena *impulse buying* akan timbul sendirinya saat konsumen melihat potongan harga tertentu pada suatu toko yang awalnya tidak ada rencana untuk memasuki atau melihat toko tersebut menjadi ingin melihat ataupun membeli barang yang ada pada toko tersebut.
  - Gaya Hidup: Miniso sebaiknya harus mengetahui perilaku konsumen khususnya di kota Padang saat ini, salah satunya dengan mengamati gaya hidup konsumen. Dengan mengetahui perilaku konsumen perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk memperluas pangsa pasar Miniso di kota Padang.
  - *Impulse buying*, untuk meningkatkan lagi penjualan dengan cara *impulse buying* sebaiknya Miniso lebih memperhatikan daya tarik dari produk

yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan minat dari konsumen akan produknya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *price discount* dan gaya hidup berpengaruh terhadap *impulse buying*. Tahap selanjutnya, ahli berikut menambahkan faktor lain, yang mungkin juga berdampak, misalnya, penurunan harga dan gaya hidup sehingga penjelajahan ini tidak berhenti di sini