

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut gambaran singkat metodologi penelitian yang digunakan, saya akan memberikan temuan berikut:

1. Tingkat pembelian impulsif di Indomaret Anugerah Park Batam dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh promosi.
2. Atribut produk memberikan pengaruh terhadap *impulse buying* secara signifikan di Indomaret Anugerah Park Batam.
3. Dalam penelitian ini, citra merek terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif.
4. Dari pengujian menggunakan uji f pada penelitian ini, didapatkan bahwa promosi, atribut produk, hingga *brand image* pada produk berpengaruh secara simultan terhadap *impulse buying*.

5.2 Saran

1. Seluruh pihak yang terlibat di Indomaret Anugerah Park Batam dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai dasar untuk mengambil tindakan lebih lanjut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah *impulse buying* yang dilakukan pelanggan di Indomaret Anugerah Park Batam, pertimbangan untuk meningkatkan promosi, atribut produk, dan *brand image* harus segera dilakukan.

2. Penelitian selanjutnya di Indomaret Anugerah Park Batam diharapkan dapat mencakup faktor-faktor lain selain promosi, fitur produk, dan citra merek. Hal ini dilakukan di Indomaret Anugerah Park Batam agar kita bisa melihat sesuatu dari sudut pandang baru.
3. Ada kemungkinan bahwa peneliti masa depan akan menganggap pekerjaan yang dilakukan di sini bermanfaat. Percakapan ini menggambarkan berbagai aliran pemikiran mengenai topik seperti pembelian impulsif, penjualan, fitur produk, dan reputasi perusahaan.