

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas dapat di simpulkan bahwa :

1. Variabel Usia berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Duta Mode jepara. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,127 yang signifikan pada 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan Usia berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Duta Mode jepara diterima.
2. variabel Promosi berpengaruh negatif pada pengunjung Duta Mode jepara.. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -1,953 yang signifikan pada 0,054, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 yang menyatakan Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap *Impulse buying* diterima.
3. variabel *Shopping emotion* berpengaruh positif pada pengunjung Duta Mode jepara. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,750 yang signifikan pada 0,084, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 yang menyatakan *Shopping emotion* berpengaruh positif pada *Impulse buying* diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan hasil penelitian ini maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Hasil perhitungan nilai indeks pada variabel Promosi (X2) menunjukkan indikator nilai paling rendah yaitu sebesar -1,953 terhadap *Impulse buying*. Oleh sebab itu pemilik atau penjual di toko diharapkan dapat memenuhi indikator tersebut. Agar hasil penjualan dapat meningkat.
2. Variabel Usia(X1) berpengaruh paling besar terhadap *Impulse buying* pada pengunjung Duta Mode jepara. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 7,127. Oleh sebab itu pemilik atau penjual di toko diharapkan dapat lebih memberikan promosi menarik terhadap pengunjung dengan usia produktif.

