

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pada penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Tingkat *discount* pada produk *Fashion* pada remaja di SMA Negeri 8 Malang berada pada kategori sedang dengan prosentase 59,6%.
2. Tingkat Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) remaja di SMA Negeri 8 Malang berada pada kategori sedang dengan prosentase 63,2%.
3. Peranan *discount* pada produk *fashion* dengan Pembelian Impulsif (*impulsive buying*) pada remaja SMA Negeri 8 Malang mempunyai peranan yang kecil dalam meningkatkan pembelian impulsif. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan melalui koefisien korelasi yang diperoleh, sebesar $r_{xy} = 0.192$; $Kd = 3,6\%$; $\text{sig} (p) = 0,007$ dan $p < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *discount* pada produk *fashion* dengan Pembelian Impulsif (*impulsive buying*) dan peranan tersebut sebesar 3,7 % dan sebesar 96,3 % berasal dari faktor-faktor lainnya.

B. SARAN

Hasil penelitian ini juga perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak untuk tujuan yang lebih baik. Diantaranya adalah:

1. Bagi Sekolah

Untuk lebih memperhatikan pertumbuhan perkembangan anak didiknya dengan berbagai fenomena yang berkembang di masa sekarang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan pengarahan dan bimbingan pada remaja atau siswa dengan adanya berbagai tuntutan di masa sekarang dalam kehidupan mereka. Sehingga remaja atau siswa dapat tumbuh dan mengembangkan perilaku yang tepat terhadap *discount* sehingga perilaku positif pada *discount* tidak membawa kearah Pembelian Impulsif (*impulsive buying*) yang merugikan.

2. Bagi Remaja

Untuk Remaja hendaknya lebih berhati-hati dalam berperilaku terutama dalam menghadapi *discount*, sehingga perilaku tersebut nantinya tidak menjerumuskan ke hal-hal yang buruk. Apalagi *discount* adalah salah satu strategi dari penjual untuk meningkatkan pembelian, sehingga para remaja pada khususnya dan masyarakat pada umumnya bisa menyikapi *discount* dengan lebih baik. Terlebih lagi di dalam islam adanya larangan yang tegas untuk tidak mengurangi takaran pada saat jual-beli. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan remaja dapat mengembangkan perilaku yang lebih baik dari sebelumnya dan Remaja

bisa tumbuh dengan perilaku-perilaku yang positif dan menjadi pribadi yang matang.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang lain seperti kepribadian, motivasi, kepuasan konsumen dan lain-lain agar dapat mengungkap dinamika perilaku konsumen yang ada pada remaja khususnya, dan penelitian seperti ini akan lebih baik jika dilakukan pada tempat-tempat perbelanjaan dimana terdapat konsumen secara langsung, seperti di toko-toko, *supermarket* atau *mall-mall*.