



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka selanjutnya peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan lebih lanjut dan dapat berguna serta bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product value* tidak cukup kuat untuk memicu pembelian impulsif, perusahaan perlu





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengalihkan fokus pada strategi pemasaran emosional. Meningkatkan aspek hiburan, kesenangan, dan pengalaman unik dalam berbelanja dapat lebih efektif dalam menarik konsumen. Misalnya, perusahaan dapat mengadakan acara peluncuran produk eksklusif, workshop, atau pengalaman belanja yang interaktif. Pendekatan ini dapat membangkitkan emosi positif dan menciptakan hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dan produk, yang pada gilirannya dapat memicu perilaku pembelian impulsif.

Selain itu, perusahaan harus mengoptimalkan kampanye promosi dan diskon untuk menciptakan rasa urgensi dan eksklusivitas. Diskon yang terbatas waktu atau penawaran khusus untuk produk tertentu dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan cepat. Strategi ini juga dapat memanfaatkan FOMO (*Fear of Missing Out*) untuk mendorong pembelian impulsif, dengan menyoroti keterbatasan waktu atau stok produk yang terbatas.

Perusahaan juga perlu mempertimbangkan segmentasi pasar yang lebih tepat untuk memahami kelompok konsumen yang lebih responsif terhadap penawaran produk tertentu. Dengan meningkatkan edukasi dan kesadaran konsumen tentang manfaat produk melalui berbagai saluran komunikasi, serta mengintegrasikan elemen-elemen hedonik ke dalam produk seperti kemasan menarik atau edisi terbatas, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produk. Tinjauan ulang terhadap strategi branding dan positioning juga penting untuk memastikan nilai produk lebih menonjol dan relevan bagi konsumen. Pendekatan ini dapat membantu perusahaan menyesuaikan strategi mereka untuk lebih efektif merangsang pembelian impulsif dan meningkatkan loyalitas konsumen.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Bagi Penelitian

Penelitian berikutnya diharapkan dapat mengeksplorasi berbagai variabel, subjek, dan objek yang berbeda untuk memperluas referensi dan menambah pengetahuan secara lebih menyeluruh. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *impulsive buying* yang ada di masyarakat, serta memberikan kontribusi baru bagi peneliti dan pembaca dalam memahami dinamika keputusan pembelian.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi dunia akademik dengan menambah wawasan dan referensi yang berguna untuk penelitian sejenis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk studi lebih lanjut dan pengembangan penelitian di masa mendatang, memperkaya literatur yang ada, dan memperdalam pemahaman tentang topik terkait.