

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel hadiah langsung terhadap perilaku konsumen di Alfamart Ariasantika, dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa voucher mempengaruhi perilaku konsumen, pengaruhnya adalah sebagai berikut;
 - a. Konsumen melakukan pembelian berkali-kali.
 - b. Menjadi konsumen tetap.
 - c. Konsumen dimanjakan diskon dan hadiah.
 - d. Impuls buying (pembelian yang tidak direncanakan).
 - e. Pembeli atas rayuan konsumen lain.
2. Berpengaruh signifikan dengan, variabel voucher (X) diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,749$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan

menggunakan batas signifikansi 0,05, didapat t_{tabel} sebesar 2.04841. Ini berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Dengan demikian hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (voucer) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumen di Alfamart Ariasantika.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan harus lebih kreatif dan inovasi dalam melakukan promosi sehingga konsumen lebih tertarik lagi dan melakukan pembelian kembali.
2. Sebaiknya pihak perusahaan gencar melakukan promosi baik melalui iklan media televisi atau menyebarkan brosur dan lain sebagainya karena dengan melakukan promosi calon konsumen dapat melihat dan tertarik untuk berbelanja sehingga sales penjualan meningkat.
3. Sebagai konsumen muslim harus rasional dan tidak berlebihan dalam membelanjakan kebutuhan jasmani dan rohaninya.