

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait *Impulse Buying* yang dipengaruhi oleh variabel-variabel yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN), *Discount*, dan *Availability Of Money*. Objek penelitian ini merupakan konsumen berpenghasilan kena pajak yang berdomisili di Kabupaten Bekasi. Sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Impulse Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak terlalu memperhitungkan tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang dikenakan pada suatu produk.
2. *Discount* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Impulse Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun produk tersebut sedang ada discount, konsumen akan tetap mempertimbangkan kualitas produk tersebut.
3. *Availability Of Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin konsumen mempunyai ketersediaan uang yang meningkat maka konsumen akan melakukan perilaku *Impulse Buying*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, peneliti mempunyai saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel independen yang lain dan diperkirakan berpengaruh terhadap *Impulse Buying* sehingga mendapatkan hasil yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Impulse Buying*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas objek penelitian lebih dari satu wilayah sehingga hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian ini atau sebelumnya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan responden yang berbeda dan sampel yang lebih besar seperti mahasiswa akuntansi atau pajak yang berpotensi dalam penelitian ini.