

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari penelitian ini, yaitu :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada masyarakat di Kota Padang.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa variabel *Fashion involvement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada masyarakat di Kota Padang.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa variabel *pre-decision stage* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada masyarakat di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Implikasi Praktis

Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan serta minat konsumen dengan menstimulus dan memaksimalkan manfaat yang diperoleh konsumen dari pembelian dan pemakaian produk fashion. Perusahaan juga diharapkan mampu menyediakan berbagai macam merek produk fashion yang berkaitan erat dengan karakteristik perempuan dan kaum muda yang dapat

mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana. Perusahaan hendaknya selalu memperhatikan beragam model produk fashionnya dan terus melakukan perputaran produk yang mengikuti trend sehingga produk yang ada selalu *up to date* bagi pelanggan.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini mendukung atau memperkuat teori tentang *impulse buying behavior*, bahwa perilaku pembelian tidak terencana oleh konsumen dapat ditimbulkan atau didorong oleh elemen-elemen diantaranya *shopping lifestyle* dan *pre-decision stage*. Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *pre-decision stage* dalam perilaku pembelian tidak terencana (*impulse buying behavior*) serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai *impulse buying behavior*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh masyarakat di Kota Padang sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*.
2. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *pre-decision stage* terhadap *impulse buying behaviour* masyarakat di Kota Padang. Dengan demikian variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi *impulse buying* tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini atau penulis dianggap konstan.

5.3 Saran

Pada penelitian ini, mendapatkan hasil bahwa variabel *fashion involvement* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*, maka dari itu *fashion store* harus lebih memahami perilaku konsumen agar lebih meningkatkan pembelian impulsif seperti contoh, meletakkan produk *fashion* terbaru dengan memberikan *discount* ditempat-tempat yang strategis dan mudah dilihat konsumen. Toko tersebut mampu untuk *up to date* barang baru. Dengan produk-produk *fashion* terbaru dapat menarik perhatian konsumen ditambah lagi jika produk *fashion* terbaru diberikan *discount* akan berpotensi konsumen membeli secara impulsif.

Bagi peneliti selanjutnya, Dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dengan menggunakan atau menambahkan lagi variabel lainnya yang dapat mempengaruhi *impulse buying*. Selain itu disarankan juga bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan jumlah sampel, mencari lebih luas ruang lingkup penelitian tidak hanya di Kota Padang, akan tetapi di kota-kota lain juga.