



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI TRGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada bab akhir ini, peneliti mengemukakan hasil akhir penelitian yang didapatkan setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh dan per tahapan siklus hidup.

Hasil hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah.

Selain itu pada bab ini juga peneliti memaparkan saran – saran yang berasal dari pemahaman, ide, dan berbagai batasan yang peneliti peroleh saat melalui setiap tahap dan proses yang telah peneliti jalani dalam melakukan pengujian ini. Saran – saran ini adalah saran untuk peneliti berikutnya yang akan membahas topik terkait. Peneliti berharap agar setiap temuan dan saran penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak – pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut ini kesimpulan yang peneliti rangkum:

1. Keterlibatan *fashion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif
2. Gaya hidup berbelanja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif

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



B. Saran

©

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan atau toko *fashion*

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa variabel gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembelian impulsif, maka dari itu sebaiknya pihak perusahaan atau toko *fashion* dapat lebih memahami gaya hidup berbelanja konsumen agar dapat meningkatkan terjadinya pembelian impulsif, misalnya dengan meletakkan produk *fashion* terbaru di display toko, membuat toko menjadi tempat yang nyaman agar kegiatan berbelanja terasa menyenangkan, membuat promo dengan penggunaan *student card*, dan sebagainya. Di samping itu diharapkan perusahaan atau toko *fashion* dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk meningkatkan penjualan dan juga pembuatan program pemasaran. Hendaknya variabel keterlibatan *fashion* juga dapat diperhatikan dengan memberi masukan tentang produk *fashion* terhadap para konsumen khususnya dengan memberikan opsi produk *fashion* yang bervariasi dan *up-to-date*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independen lain seperti *hedonic consumption*, atmosfer toko, emosi positif, promosi penjualan, dan sebagainya, karena dari hasil penelitian ini masih dipengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam objek penelitian yaitu hanya remaja dan pemuda DKI Jakarta, untuk itu ada baiknya apabila penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang lebih luas agar memperoleh hasil yang lebih detail.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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