



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh *fashion involvement* dan *hedonic lifestyle* terhadap *impulse buying* di Gerai Matahari *Depatement Store* Mal Artha Gading dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keterlibatan seseorang terhadap *fashion* atau semakin meningkatnya minat dan usaha seseorang dalam mewujudkan tertarikannya akan *fashion* mempengaruhi secara signifikan meningkatkan pembelian *impulsive* seseorang secara langsung maupun tidak langsung akibat meningkatnya *hedonic lifestyle*. Maka dapat dikatakan bahwa, gaya hidup hedonis dapat menjadi mediator meningkatnya pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh keterlibatan akan produk *fashion* secara tidak langsung.
2. *Hedonic lifestyle* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap *impulse buying*. Hal ini berarti, meningkatnya gaya hidup hedonis konsumen, maka meningkat pula pembelian impulsif oleh konsumen yang terjadi.
3. *Fashion involvement* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap *hedonic lifestyle*. Hal ini berarti, meningkatnya keterlibatan *fashion* pada konsumen, maka akan meningkatkan pula gaya hidup hedonis akan produk produk *fashion* yang dalam penelitian ini yaitu produk pakaian.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



B. Saran

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Gerai Matahari *Department Store* Mal Artha Gading

Keterlibatan *fashion* yang dimiliki oleh konsumen Mal Artha Gading nyatanya tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap pembelian impulsif di Gerai Matahari *Department Store* Mal Artha Gading. Dilihat dari hasil olah data terkait pernyataan variabel *fashion involvement*, nilai terkecil ditunjukkan pada pernyataan nomor tujuh yaitu, mengetahui adanya model pakaian baru dibandingkan dengan orang lain. Melihat hasil ini, Gerai Matahari *Department Store* Mal Artha Gading disarankan untuk selalu update model model pakai terbaru sesuai *trend* yang sedang ada di era saat ini dan juga melakukan kegiatan kegiatan promosi, sehingga dapat memicu konsumen yang memiliki gaya hidup hedonis untuk melakukan pembelian secara impulsif di Mal Artha Gading. Begitu pula dengan hasil dari rata rata pernyataan *impulse buying*, hasil yang terkecil didapat pada pernyataan kedua, yaitu pembelian pakaian meskipun tidak cocok, melihat hal ini, disarankan Gerai Matahari *Department Store* Mal Artha Gading untuk dapat memperhatikan selera konsumennya secara garis besar, sehingga dapat menyediakan pakaian pakaian dengan model terbaru yang menarik, sehingga meskipun tidak cocok untuk konsumen tetap dibeli karena ketertarikannya terhadap pakaian tersebut.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini menggunakan *fashion involvement*, *hedonic lifestyle* dan *impulse buying*. Dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lainnya seperti *promotion* untuk mengetahui faktor yang juga akan menyebabkan *impulse buying*.

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.