

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh *fashion involvement* dan *hedonic lifestyle* terhadap *impulse buying* di Mall Golden Trully dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Keterlibatan seseorang terhadap *fashion* atau semakin meningkatnya minat dan usaha seseorang dalam mewujudkan ketertarikannya akan *fashion* tidak mempengaruhi pembelian impulsif seseorang secara langsung. Akan tetapi, semakin meningkatnya keterlibatan, minat dan usaha seseorang dalam mewujudkan ketertarikannya akan produk *fashion* akan meningkatkan pula gaya hidup hedonis dan meningkatkan perilaku pembelian yang tidak terencana dan bersifat impulsif seseorang. 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.





## B. Saran

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

### 1. Bagi *Mall Golden Truly*

Keterlibatan *fashion* yang dimiliki oleh konsumen *Mall Golden Truly* nyatanya tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap pembelian impulsif di *Mall Golden Truly*. Dilihat dari hasil olah data terkait pernyataan variabel *fashion involvement*, nilai terkecil ditunjukkan pada pernyataan nomor tujuh yaitu, mengetahui adanya model pakaian terbaru dibandingkan orang lain. Melihat hasil ini, *Mall Golden Truly* disarankan untuk selalu *update* model-model pakaian terbaru sesuai dengan *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 *Mall Golden Truly*. 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 *Mall Golden Truly* 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 peningkatan *impulse buying*.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.