

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel eksogen, yaitu *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* dan 1 variabel endogen yang dipengaruhi oleh variabel eksogen, yaitu *impulse buying*. Penelitian ini memperoleh data penelitian melalui distribusi ke kuesioner secara langsung kepada responden di Toko Miss Glam Kota Padang yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Kriteria tersebut adalah Konsumen Miss Glam yang minimal telah berumur 17 Tahun, Berdomisili di Kota Padang dan pernah melakukan pembelian impulsif pada Toko Miss Glam Kota Padang tersebut. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping motivation* berpengaruh secara positif dan signifikan pada variabel *impulse buying*. Selain itu, apabila terjadi peningkatan *hedonic shopping motivation* maka hal tersebut akan mendorong terjadinya peningkatan *impulse buying* pada konsumen Toko Miss Glam Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Padang yang telah berumur 17 tahun serta pernah melakukan pembelian impulsif memiliki *hedonic shopping motivation* dan berperan cukup banyak dalam

meningkatkan *impulse buying* pada produk-produk kosmetik di Toko Miss Glam Kota Padang.

2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa variabel *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan pada variabel *impulse buying*. Artinya, apabila *shopping lifestyle* mengalami peningkatan, maka hal tersebut akan meningkatkan *impulse buying* pada konsumen Toko Miss Glam Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Padang yang telah berumur 17 tahun serta pernah melakukan pembelian impulsif memiliki *shopping lifestyle* dan berperan cukup banyak dalam meningkatkan *impulse buying* pada produk-produk kosmetik di Toko Miss Glam Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian yang berfokus pada konsumen Toko Miss Glam Kota Padang yang telah berumur 17 tahun dan pernah melakukan pembelian impulsif telah mendapatkan beberapa temuan implikasi. Hal ini dapat dijadikan sebagai beberapa faktor yang mendukung Toko Miss Glam Kota Padang sebagai pilihan terbaik bagi masyarakat Kota Padang yang ingin membeli produk-produk kosmetik serta meningkatkan penjualan toko tersebut. Dengan adanya pemenuhan terhadap *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* konsumen maka Toko Miss Glam Kota Padang dapat meningkatkan penjualannya melalui pembelian-pembelian impulsif konsumennya. Berdasarkan data yang diperoleh, tanggapan yang didapatkan dari responden cukup bermanfaat bagi peningkatan penjualan Toko Miss Glam Kota Padang, yaitu:

1. Penelitian pada variabel *hedonic shopping motivation* ini memiliki penemuan pada pernyataan pelanggan suka pergi berbelanja dengan orang lain di Toko Miss Glam Kota Padang memiliki nilai rata – rata terendah. Dari pernyataan tersebut diartikan bahwa Toko Miss Glam Kota Padang sebaiknya menginovasi serta membuat terobosan agar toko tersebut menjadi lebih digemari bagi orang-orang yang ingin berbelanja dengan orang lain atau dalam kata lain orang-orang yang ingin berbelanja dengan tujuan sosial.
2. Penelitian pada variabel *shopping lifestyle* ini memiliki penemuan pada pernyataan belanja merupakan aktivitas yang menyenangkan di Toko Miss Glam Kota Padang memiliki nilai rata – rata terendah. Dari pernyataan tersebut diartikan bahwa Toko Miss Glam Kota Padang sebaiknya memberikan inovasi agar toko tersebut dapat menjadi sebuah tempat berbelanja yang dapat membuat berbelanja menjadi aktivitas yang menyenangkan agar orang-orang dapat menganggap bahwa berbelanja di Toko Miss Glam Kota Padang merupakan kegiatan yang menyenangkan.
3. Penelitian pada variabel *impulse buying* ini memiliki penemuan pada pernyataan ketika konsumen melihat penawaran yang menarik, mereka cenderung membeli lebih dari yang ingin mereka beli di Toko Miss Glam Kota Padang merupakan salah satu pernyataan dengan nilai rata – rata terendah. Dari pernyataan tersebut diartikan bahwa Toko Miss Glam Kota Padang sebaiknya memberikan memberikan banyak penawaran- penawaran menarik

agar toko tersebut dapat meningkatkan penjualan serta menambahpendapatan dari penjualan yang bertambah tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih memiliki kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Toko Miss Glam di kota Padang, sehinggakonsumen yang berbelanja produk kosmetik di cabang- cabang kota dan provinsi lain belum terjangkau dalam penelitian yang memiliki tujuan peningkatan penjualan bagi Toko Miss Glam.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada konsumen dari generasi milenial dan gen Z saja. Hal ini menyebabkan saat berlangsungnya proses pengumpulan data ditemukan beberapa responden yang berumur tidak sesuai kriteria, tidak dapat ikut terlibat dalam penelitian ini. Sehingga penelitian ini mencakupkan porsinya untuk kriteria yang telah ditetapkan saja.
3. Penelitian ini mengukur 2 variabel eksogen, yaitu *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* yang diuji pada variabel endogen, yaitu *impulse buying*. Hal ini didasarkan pada riset yang dilakukan peneliti sendiri terhadap Toko Miss Glam Kota Padang. Namun, masih banyak unsur keberhasilan dan variabel – variabel yang tidak diteliti. Sehingga masih terfokus pada preferensi peneliti saja.

5.4 Saran Penelitian

Terdapat beberapa saran yang diberikan dari penelitian ini untuk dapat

menjadi bahan perbaikan pada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan konsumen yang diteliti, yaitu konsumen Toko Miss Glam di cabang-cabang kota lain atau provinsi lain semisal Cabang Bukit Tinggi, Cabang Jambi dan cabang-cabang lainnya sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan inovasi dan pembaruan untuk meningkatkan penjualan.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti pada cakupan umur yang lebih luas sehingga dapat mencakup kriteria responden yang lebih luas dan difokuskan terhadap generasi-generasi yang lebih tua.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih terfokus dengan faktor- faktor eksternal pada Toko Miss Glam yang dapat menyebabkan konsumennya melakukan pembelian impulsif terhadap produk-produk kosmetik di toko tersebut.
4. Diharapkan penelitian selanjutnya lebih banyak meneliti variabel lainnya, seperti *store atmosphere*, *price discount* dan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi *impulse buying*.