

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang analisis pengaruh *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* terhadap *impulse buying behavior* pelanggan Toko Free and Style di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan di lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada 105 orang responden di Kota Padang yang membeli produk free and style. Hasil data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan program SPSS 21.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonic shopping value* berpengaruh positif terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang. Konsumen merasa mendapatkan sebuah pengalaman berbelanja yang menyenangkan, dapat menghilangkan stress dan dapat berinteraksi dengan orang lain yang dapat menimbulkan terjadinya pembelian secara spontan atau secara tidak terencana yang dilakukan oleh konsumen.
2. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel *fashion involvement* berpengaruh positif terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang. Konsumen merasa bahwa produk *fashion* merupakan suatu kebutuhan, ketertarikan saat berbelanja dengan model

terbaru (*trend*) sehingga membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana.

3. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel *emotional gratification* berpengaruh positif terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang. Konsumen merasa kesenangan berbelanja (*pleasure*), gairah belanja (*arousal*) dan merasa dikendalikan (*dominance*) pada saat berbelanja dapat membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana,

## 5.2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang. Pada variabel *hedonic shopping value* ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh pengelola toko Free and Style. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* para pelanggan. Salah satu indikator yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan adalah konsumen merasa berpetualang atau eksplorasi saat berbelanja. Hal ini membuktikan bahwa ketika konsumen berada di Toko Free and Style, mereka merasakan sesuatu yang dapat membangkitkan gairah saat berbelanja dan dapat membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana.

Pada variabel *fashion involvement* ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh pengelola toko Free and Style. Karena variabel ini

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* para pelanggan. Salah satu indikator yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan adalah pelanggan toko Free and Style memiliki keterlibatan terhadap *fashion* yang cukup besar, yang ditandai dengan memiliki banyak model produk *fashion* dan lebih mengetahui produk *fashion* terbaru yang ada di toko Free and Style, sehingga timbul perilaku *impulse buying* pada toko Free and Style di Kota Padang. Hal ini membuktikan bahwa ketika konsumen berada di Toko Free and Style, mereka merasa bahwa produk pakaian *favorite* yang mereka gunakan dapat membuat percaya diri sehingga membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana.

Pada variabel *emotional gratification* ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh pengelola toko Free and Style. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* para pelanggan. Salah satu indikator yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan adalah konsumen merasa senang saat berbelanja. Orang yang berbelanja mengalami kesenangan yang relatif tinggi dan membuat orang tersebut meluangkan waktu lebih lama di toko dan lebih berkeinginan untuk melakukan pembelian daripada yang tidak senang. Hal ini membuktikan bahwa ketika konsumen berada di Toko Free and Style, mereka merasa suasana hati (*mood*) lebih baik saat berbelanja sehingga membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan. Dengan adanya keterbatasan ini, diharapkan kedepannya dapat dijadikan perbaikan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, hanya terdiri dari tiga variabel independen yaitu variabel *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* terhadap variabel dependen yaitu *impulse buying*.
2. Objek penelitian dalam penelitian ini terbatas hanya pada konsumen yang berbelanja di Toko Free and Style di Padang.
3. Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data penelitian ini terbatas.
4. Hasil dari penelitian ini terbatas, diharapkan pada penelitian yang selanjutnya dapat memperluas cangkupan penelitian sampel dengan menambah jumlah sampel. Sebab, dalam penelitian ini jumlah sampel yang diajukan masih relatif kecil.

#### **5.4. Saran-saran**

Adapun saran dari penulis untuk memperbaiki kekurangan dari penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **5.4.1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat dipengaruhi oleh *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* yang tidak diteliti dalam

penelitian ini seperti: intensitas pembelian, kepuasan pelanggan dan lain-lain.

2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan antar dua objek penelitian sehingga hasil penelitian diharapkan lebih akurat dan jelas hubungan antar variabel.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk bisa mengidentifikasi dan mendeskripsikan lebih luas tentang responden yang digunakan dalam penelitian, karena produk di Free and Style tidak hanya digunakan oleh konsumen Free and Style di Kota Padang melainkan oleh semua konsumen baik di Padang maupun diluar Kota Padang.

#### 5.4.2 Bagi Toko Free and Style

Sesuai dengan beberapa indikator pada kuisioner yang dibagikan ke responden, terdapat beberapa inti pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden seperti belanja untuk mengikuti *trend (idea shopping)* sehingga kurang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tidak direncanakan (*impulse buying*,) hal ini dapat ditanggulangi oleh Toko Free and Style dengan cara selalu menjual pakaian yang lebih *up to date* agar konsumen tertarik untuk membeli, bahkan agar konsumen bisa membeli dalam skala yang tidak direncanakan dan sebaiknya Toko Free and Style lebih memperhatikan kualitas produk yang dijual dengan lebih memperketat *quality control* agar para konsumen merasa yakin dalam melakukan pembelanjaan tanpa merasakan adanya penyesalan karena adanya cacat produk sehingga konsumen mau kembali



berbelanja ke Toko Free and Style. Selanjutnya pada pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden menggunakan produk *fashion* di toko ini dapat mendukung aktifitas, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara toko Free and Style melakukan diskusi dengan konsumen terkait kebutuhan produk *fashion* terbaru dan menyediakan produk yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen.

