

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* di Toko *Free N Style* Padang. Penelitian ini dilakukan dengan studi lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada 150 orang konsumen yang membeli pakaian secara tidak terencana (*impulse buying*) di Toko *Free N Style* Padang.

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

1. Adanya hubungan yang tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan antara *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* di toko *Free N Style* Padang. Hal ini terjadi karena meskipun mayoritas pengunjung toko *Free N Style* Padang memiliki gaya hidup berbelanja, tetapi apabila suasana hatinya sedang tidak merasa senang atau nyaman, tentu saja pembelian tidak akan terjadi apalagi pembelian impulsif.
2. Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *fashion involvement* terhadap *impulse buying* di toko *Free N Style* Padang. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen toko *Free and Styl* merupakan konsumen yang sangat memperhatikan penampilan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, maka konsumen akan merasa bahwa pakaian merupakan suatu kebutuhan.

Dengan anggapan seperti itu akan muncul rasa ketertarikan saat berbelanja karena model terbaru (*trend*) yang ditawarkan sehingga membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*).

3. Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *store atmosphere* terhadap *impulse buying* di toko *Free N Style* Padang. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *impulse buying* muncul dapat disebabkan dari hasil rangsangan suasana toko yang mendukung sehingga terjadinya keputusan pembelian yang tidak direncanakan (*impulse buying*). Oleh karena itu, semakin baik *store atmosphere* suatu toko maka akan semakin tinggi niat konsumen melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*).

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi diperoleh bagi Toko *Free N Style* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dari pembelian tidak terencana yang dilakukan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, karena *shopping lifestyle* adalah faktor yang kurang mempengaruhi pembelian tidak terencana di Toko *Free N Style*, maka Toko *Free N Style* perlu meningkatkan keterlibatan terhadap pakaian untuk konsumen contohnya dengan memiliki lebih banyak model terbaru dari pada toko lain, yang mana nantinya ini akan merangsang terjadinya perilaku *impulse buying*. Selain itu, juga bisa dilakukan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan berbelanja bagi konsumen agar mampu menarik konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*).

Kontribusi penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa variabel *fashion involvement* dan *variable store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Toko *Free N Style* Padang. Dengan demikian strategi lain yang dapat dilakukan selain mempertahankan *fashion involvement*, dan *store atmosphere*, toko *Free N Style* harus mempertahankan kualitas produk yang sudah baik, menambah variasi produk untuk laki-laki, agar konsumen Toko *Free N Style* tidak didominasi oleh kaum perempuan saja.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuisisioner yang diisi oleh responden dengan kriteria yaitu orang yang pernah melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) pada Toko *Free N Style* Padang, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.
2. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini terbatas hanya sebanyak 150 orang, sehingga belum menggambarkan keseluruhan konsumen yang melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) di Toko *Free N Style* Padang.

3. Peneliti hanya menganalisis tiga variabel yang mempengaruhi *impulse buying* yaitu *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *store atmosphere*. Namun dari hasil yang didapat dari ketiga faktor tersebut hanya mempengaruhi *impulse buying* sebanyak 52,9%, yang berarti terdapat 47,1% variabel - variabel lain yang juga berpengaruh terhadap *impulse buying* namun belum dibahas dalam penelitian ini.
4. Waktu dan tenaga yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah serta menganalisis data penelitian ini terbatas.
5. Objek yang diteliti hanya salah satu dari begitu banyak *fashion store* yang ada di kota Padang yaitu Toko *Free N Style*. Sehingga belum bisa untuk memberikan gambaran secara keseluruhan terhadap *fashion store* lainnya.

5.4 Saran

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

5.4.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Disarankan peneliti selanjutnya dapat memperbanyak sumber data, tidak hanya data kuantitatif dari kuisioner, namun juga menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara, dsb.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang menjadi responden, sehingga hasil penelitian yang didapat bisa lebih baik.
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *impulse buying* yang tidak diteliti pada

penelitian ini. Seperti : *emotional gratification, positive emotion, hedonic shopping motivation*, dsb.

4. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan waktu dan tenaga dengan lebih baik agar dapat mencapai hasil yang lebih baik juga.
5. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti objek yang berbeda.

5.4.2 Bagi Toko Free N Style

Sesuai dengan beberapa indikator pada kuisioner yang dibagikan ke responden, terdapat beberapa pernyataan yang mendapat respon kurang baik dari responden seperti pada variabel *fashion involvement* terdapat pernyataan “pakaian yang ditawarkan toko *Free N Style* dapat menggambarkan karakteristik konsumen”, pernyataan ini kurang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) maka hal ini dapat ditanggulangi oleh toko *Free N style* dengan cara melakukan diskusi dengan konsumen terkait bagaimana pakaian yang dibutuhkan atau yang diinginkan yang dapat menggambarkan karakteristik konsumen tersebut. Selanjutnya yang mendapat respon kurang baik yaitu pada variabel *store atmosphere* yaitu pada pernyataan “suhu ruangan toko *Free N Style* sudah sesuai sehingga konsumen merasa nyaman berbelanja”, maka hal ini dapat ditanggulangi oleh toko *Free N style* dengan cara melakukan pengontrolan atau pengecekan pada fasilitas pendingin yang sudah ada di toko agar konsumen nyaman dalam berbelanja tanpa merasakan gangguan.