

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian yang berjudul “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* Pengunjung *Mall Paris Van Java Bandung*”, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying Behavior* pengunjung *mall Paris Van Java Bandung*.
2. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* memiliki pengaruh sebesar 19% terhadap *Impulse Buying Behavior* pengunjung *mall Paris Van Java Bandung*, sedangkan sisanya sebesar 81% *Impulse Buying Behavior* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, *pre-decision stage* dan *post-decision stage*.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan, maka peneliti memberikan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

5.2.1. Saran untuk Perusahaan

1. Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan, disarankan *tenant* yang ada dalam *mall* Paris Van Java Bandung selalu peka terhadap *trend* yang sedang *booming* di masyarakat, khususnya di kalangan anak muda karena mengingat banyaknya acara atau *event* yang digelar di *mall* ini untuk kaum muda-mudi sehingga diharapkan saat mereka berkunjung ke *mall* Paris Van Java Bandung dan melihat produk *fashion* yang sedang *trend* mereka akan masuk ke dalam *tenant* tersebut dan merangsang pembelian walaupun mereka belum memiliki rencana sebelumnya.
2. Hendaknya *tenant* dalam *mall* Paris Van Java Bandung selalu memperhatikan kualitas bahan dari produk-produk *fashion* yang dijual, karena dengan kualitas bahan yang baik konsumen akan lebih sering melakukan pembelian pada *tenant* tersebut dan akhirnya akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan *impulse buying behavior*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap *fashion involvement* cukup tinggi. Hendaknya pihak *tenant* selalu memperhatikan *fashion involvement* tersebut dengan selalu menyediakan produk-produk *fashion* dengan model terbaru dan sesuai dengan karakteristik konsumen karena hal ini akan berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* yang ada dalam diri konsumen.

5.2.2. Saran Penelitian yang Akan Datang

1. Perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* selain *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* pada pengunjung *mall* Paris Van Java Bandung. Hal ini mengacu pada hasil penelitian yang menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh sebesar 19% terhadap *impulse buying behavior*. Penelitian ini belum memasukkan variabel lainnya seperti *pre-decision stage* dan *post-decision stage* yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian ini karena hasil penelitian ini masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan sampel yang lebih luas, yakni tidak hanya pada mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung saja, misalnya dengan menambah jenis kelamin laki-laki di dalam penelitian dan obyek penelitiannya diperluas bukan hanya di lingkungan Universitas Kristen Maranatha saja sehingga penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying behavior*.