

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna e-commerce shopee di Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi *shopping lifestyle* seseorang maka semakin tinggi juga perilaku seseorang terhadap *impulse buying*.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fashion involvement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada pengguna e-commerce shopee di Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi ketertarikan seseorang terhadap produk *fashion* maka semakin tinggi pula *impulse buying* seseorang.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sales promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada e-commerce shopee di Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi *sales promotion* seseorang tidak menjamin seseorang memiliki perilaku *impulse buying* yang tinggi juga.
4. Sesuai dengan hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan

*sales promotion* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* produk *fashion* pada e-commerce shopee di Kebumen.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan diantaranya yaitu :

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang dapat mempengaruhi *impulse buying* produk *fashion* pada e-commerce shopee. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *shopping lifestyle, fashion involvement* dan *sales promotion*.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang di *share* melalui WA (WhatsApp) yang membuat jawaban responden terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini melibatkan subjek penelitian dalam jumlah terbatas yaitu sebanyak 100 responden. Sehingga hasil dalam penelitian ini belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subjek dalam jumlah yang besar.

## 5.3. Implikasi

Implikasi dari penelitian mencakup dua hal yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis. Implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap faktor *impulse buying* pada e-commerce shopee di Kebumen. Sedangkan implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya

bagi pengembangan teori-teori tentang *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, *sales promotion* dan *impulse buying*.

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat terhadap pihak-pihak terkait :

#### 1. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini yang menyatakan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan, *fashion involvement* berpengaruh positif dan signifikan, *sales promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Oleh karena itu penulis menyarankan kepada e-commerce shopee lebih meningkatkan *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan *sales promotion* agar memicu melakukan *impulse buying*. Meningkatkan *shopping lifestyle* dengan meningkatkan indikator aktivitas belanja, dorongan merek dan kualitas produk. Meningkatkan *fashion involvement* dengan selalu menyediakan trend fashion terbaru dan fashion yang menarik. Untuk meningkatkan *sales promotion* dengan penawaran iklan yang selalu mengikuti perkembangan trend sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Hal tersebut perlu dilakukan supaya mampu mendorong konsumen untuk melakukan *impulse buying*.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi, masukan atau informasi dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian pada e-commerce shopee pada masa yang akan datang :

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi *impulse buying* selain variabel *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan *sales promotion* dengan dukungan teori , isu-isu terbaru dan penelitian terdahulu.
- b. Penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan lokasi penelitian sehingga hasil penelitian dapat di implementasikan secara umum.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian mengenai impulse buying terdapat beberapa hasil dalam penelitian ini. Hal tersebut memberikan dukungan secara empiris terhadap teori-teori antara lain :

- a. Implikasi yang berkaitan dengan teori *shopping lifestyle*.

Penelitian ini membuktikan bahwa seseorang dengan gaya hidup berbelanja yang tinggi akan cenderung tertarik untuk melakukan pembelian dengan menjelajahi berbagai penawaran produk fashion terbaru dan beragam merek, yang juga disertai

dengan penawaran kualitas yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Katrina Bangnga Lestari,dkk (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan di era digital membuat generasi Z terakomodir semua kebutuhannya secara instan dan cepat salah satunya dengan kemudahan gaya hidup berbelanja.

b. Implikasi yang berkaitan dengan teori *fashion involvement*.

Penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar minat seseorang dengan mengikuti tren maka semakin cenderung mereka melakukan pembelian barang secara *impulse buying*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shintia Fitri Febriani & Nuri Purwanto, (2019) yang menyatakan bahwa seseorang yang terlibat dalam dunia fashion cenderung memiliki koleksi pakaian yang lebih besar dan memahami setiap produk yang mereka beli dengan baik.

c. Implikasi yang berkaitan dengan teori *sales promotion*.

Penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi *sales promotion* yang dilakukan oleh Shopee maka semakin besar kemungkinan tidak terjadi *impulse buying*. Penelitian ini selaras dengan penelitian Sri Katrina Bangnga Lestari, dkk (2023) yang menyatakan *sales promotion* tidak menjadi pertimbangan utama bagi seseorang dalam melakukan *impulse buying*.