

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap dorongan perilaku pembelian tidak terencana pengunjung ADA *Fashion* di *Sun City Mall* Madiun.
2. Variabel keterlibatan mode memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap dorongan perilaku pembelian tidak terencana pengunjung ADA *Fashion* di *Sun City Mall* Madiun.
3. Variabel nilai kesenangan berbelanja memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap dorongan perilaku pembelian tidak terencana pengunjung ADA *Fashion* di *Sun City Mall* Madiun

B. Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dalam pelaksanaan dan pembahasan dari hasil penelitian. Keterbatasan dari penelitian ini bahwa penelitian ini hanya terfokus pada perilaku pembelian tidak terencana pengunjung ADA *Fashion* di *Sun City Mall* Madiun, di mana besarnya perubahan perilaku pembelian tidak terencana pengunjung ADA *Fashion* di *Sun City Mall* Madiun yang dipengaruhi oleh gaya hidup berbelanja,

keterlibatan mode dan nilai kesenangan berbelanja sebesar 40,6%. Sementara sisanya yaitu sebesar 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di depan, maka saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penelitian ini adalah :

1. Adanya pergeseran gaya hidup masyarakat Madiun dan sekitarnya, maka harus direspon dengan cepat oleh pihak *ADA Fashion* di *Sun City Mall* Madiun dengan cara memberikan kenyamanan berbelanja bagi masyarakat Madiun dan sekitarnya. Manajemen *ADA Fashion* di *Sun City Mall* Madiun harus melakukan inovasi dan kreatif untuk menarik pengunjung sebanyak mungkin dengan melakukan event-event dan promosi. Selain itu, *ADA Fashion* harus memiliki ciri khas yang membeda dengan toko lain, sehingga pengunjung yang datang dan berbelanja merasa senang dan bangga membeli produk *ADA Fashion* di *Sun City Mall* Madiun.
2. Pihak manajemen *ADA Fashion* di *Sun City Mall* Madiun disarankan untuk lebih meningkatkan meningkatkan karakter *fashion involvement* seperti memberikan iklan dan informasi mengenai produk – produk atau pakaian – pakaian model terbaru.
3. Implementasi yang dapat dilakukan oleh *ADA Fashion* di *Sun City Mall* Madiun guna meningkatkan penjualannya adalah dengan menciptakan event dan program promosi dengan hadiah yang lebih menarik serta selalu *up to*

date terhadap ketersediaan *fashion*, sehingga pengunjung akan semakin tertarik untuk membelinya.

4. Hasil penelitian ini juga memberikan informasi bahwa variabel gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh dominan untuk meningkatkan dorongan perilaku pembelian tidak terencana. Untuk meningkatkan penjualan yang ada di ADA *Fashion Sun City Mall* Madiun, maka pihak pengelola harus melakukan promosi dan memberikan informasi produk *fashion* kepada masyarakat Madiun. Promosi dapat dilakukan dengan cara memberikan diskon atau potongan harga bagi *member*, sedangkan pemberian informasi produk dapat dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan ajakan berbelanja di ADA *Fashion Sun City Mall* Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

Engel, James F. Blackwell, R.D & Miniard, P. W., 1995. *Perilaku Konsumen*.

Jilid 2 (Edisi Keenam). Jakarta: Binarupa Aksara.

Ghozali, Iman : 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP Undip.

Hasanah, Uswatun. 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada penjualan online (studi kasus pada mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang. kasus pada mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang. <http://eprints.walisongo.ac.id/4481/1/092411185.pdf>. diakses pada 22 November 2016

<https://madiunkotamuseumjatim.wordpress.com/2014/08/26/pariwisata-di-madiun/>

Japarianto, E., dan Sugiharto, S., 2011, “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* masyarakat *High Income* Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, April pp. 32-40. <http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/2416>. diakses pada 10 Desember 2015.

Kotler. Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 13.

Ma'ruf, Hendri., 2006, *Pemasaran Ritel*. Jakarta.

Mowen, John C. And Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen jilid II*. Erlangga: Jakarta.

Prastia, Fita Eka. Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement*, dan *Hedonic Shopping Value* terhadap *Impulse Buying Behavior* Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya, *Jurnal Manajemen Universitas Widya Mandala*, Surabaya, 2013. <http://journal.wima.ac.id/index.php/jumma/article/view/424/397>. diakses pada 10 Desember 2015

Rachmawati, V., 2009, Hubungan Antara *Hedonic Shopping Value*, *Positive Emotion*, dan Perilaku *Impulse Buying* Pada Konsumen Ritel. *Majalah Ekonomi*, Agustus pp. 192-209. <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19185/18>

[754](#). diakses pada 23 Februari 2016.

- Schiffman, Leon & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen* Edisi Ketujuh. PT Indeks
- Semuel, H., 2005, *Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba)*, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, vol. 7, no. 2, September: pp 152-170. <http://puslit.petra.ac.id/gudangpaper/files/1955.pdf>. diakses pada 23 Februari 2016.
- Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media pp. 291-292.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriadi, Andri., 2011, *Pengaruh Fashion Involvement Dan In-Store Shopping Environment Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Konsumen Manonjaya)*, *Jurnal Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung*. <http://elib.unikom.ac.id/download.php.id=212165>. Diakses pada 17 Januari 2017.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Utami, Christina Whidya., 2010. *Manajemen Ritel*, Salemba Empat. Jakarta.
- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.