

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse buying* Pada Galeri RJ Bengkulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* Pada Galeri RJ Bengkulu
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Fashion Involvement* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* Pada Galeri RJ Bengkulu
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* Pada Galeri RJ Bengkulu

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Variabel Shopping 3,39 dalam kategori Baik meliputi “Saya cenderung menghabiskan Sebagian uang saya untuk berbelanja pakaian di Toko Galery RJ Bengkulu” menunjukkan bahwa meskipun perilaku belanja spontan terjadi, konsumen tetap memiliki batasan dalam hal pengeluaran.

Artinya, pengaruh shopping lifestyle tidak sepenuhnya mendorong pemborosan. Konsumen masih mempertimbangkan kondisi finansial dan mungkin lebih selektif dalam menentukan jumlah uang yang akan mereka keluarkan.

2. Variabel Fashion Involvement pernyataan terendah sebesar 3,76 dalam kategori Baik meliputi “Saya lebih tertarik dengan model pakaian yang berbeda dengan orang lain.”, Meskipun masih tergolong dalam kategori baik, skor ini menandakan bahwa sebagian konsumen lebih memilih pakaian yang nyaman, tren umum, atau sesuai selera masyarakat luas daripada tampil eksentrik atau terlalu berbeda. Hal ini bisa dipengaruhi oleh norma sosial, ketersediaan produk, atau kebutuhan untuk tetap diterima dalam lingkungan sosial.
3. Variabel Impulse buying pernyataan terendah sebesar 3,27 dalam kategori Cukup Baik meliputi “Saya membeli produk *fashion* di toko Galery RJ meskipun tidak membutuhkannya”, Nilai ini lebih rendah karena konsumen cenderung masih mempertimbangkan aspek kebutuhan saat melakukan pembelian, meskipun pembeliannya spontan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun impulsif, konsumen di Galery RJ masih memiliki batasan atau pertimbangan rasional dalam keputusan belanja mereka.