

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion*, *shopping lifestyle*, dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying*. Dan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu :

- 1) *Sales Promotion* terbukti memiliki pengaruh secara langsung terhadap *impulse buying*. Di era digital dan teknologi dewasa ini, segala kebutuhan manusia sangat mudah didapatkan melalui situs *e commerce* atau toko *online*, dimana kita dapat membeli barang apapun yang kita dibutuhkan hanya dengan membuka aplikasi di handphone. Salah satu aplikasi *e commerce* yang ada adalah shopee, dimana Shopee merupakan salah satu situs online yang menyediakan berbagai kebutuhan seseorang yang bisa dengan mudah didapatkan dan menawarkan beragam program promosinya seperti memberikan voucher cashback, voucher gratis ongkos kirim, dan juga program buy 1 get 1 atau yang lainnya khususnya di bidang fashion akan terus menarik para konsumen untuk berbelanja dan mengekspresikan diri. Dengan adanya berbagai tawaran menarik yang diberikan shopee kepada konsumennya, sehingga *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada masyarakat Mojokerto.

- 2) *Shopping Lifestyle* terbukti berpengaruh secara langsung terhadap *impulse buying*. Gaya hidup menjadi dorongan bagi konsumen untuk selalu tertarik pada suatu produk yang meskipun ia tidak berencana untuk membelinya. Pada aplikasi Shopee, terdapat banyak sekali penjual *online* yang menawarkan berbagai macam kebutuhan hidup, baik yang bersifat primer, sekunder, maupun tersier, dengan harga yang paling murah hingga mahal. Sehingga sangat memudahkan bagi konsumen yang memiliki jiwa *shopping lifestyle* untuk berpetualang untuk membeli apapun yang diinginkan secara tidak direncanakan. Sehingga *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *impulse buying*.
- 3) *Fashion Involvement* terbukti berpengaruh secara langsung terhadap *impulse buying*. Dalam pengetahuan tentang mode atau *fashion involvement* ini terdapat beberapa hal mengenai *fashion* yang dapat dibagi dalam beberapa kategori misalnya baju, tas dan juga sepatu. Pada aplikasi shopee terdapat banyak toko yang menjual berbagai macam baju, tas, dan sepatu dengan berbagai merk dan varian harga. Sehingga konsumen dapat membeli produk sesuai dengan yang diinginkan dan *budget* yang dimiliki. Maka *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying*.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh dari *Sales promotion*, *Shopping lifestyle*, dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* pada Situs *E – Commerce Shopee* di Masyarakat

Mojokerto, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan bermanfaat, antara lain :

**1. Bagi E - Commerce Shopee**

- a. Dengan begitu banyak penjual yang ada di shopee, diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi dan memberikan berbagai penawaran yang menarik bagi pembeli.
- b. Meningkatkan keamanan, seperti menindak atau memberi sanksi bagi penjual yang melakukan kecurangan dalam memasarkan produknya. Sehingga konsumen dapat berbelanja dengan nyaman.

**2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan perbandingan bagi para peneliti selanjutnya. Dan diharapkan peneliti dapat menggunakan variabel independen lain yang dianggap memiliki pengaruh yang lebih besar dari *Sales promotion*, *Shopping lifestyle*, dan *fashion involvement* terhadap variabel dependent *impulse buying*.