

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Melalui hasil analisis yang telah dipaparkan sebelumnya. Pada bab ini peneliti akan menjelaskan beberapa kesimpulan hasil analisis disertai dengan keterbatasan penelitian, implikasi serta saran untuk penelitian mendatang.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi penelitian yang berjudul “ Pengaruh motivasi belanja hedonis, keterlibatan fashion, dan gaya hidup belanja generasi Z pada perilaku pembelian impulsif di pasar malam (studi di Desa Jemaras Lor) yang dimediasi oleh variabel *positive emotion*” maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut hasil analisis diketahui bahwa hipotesis 1,2,3,4 diterima. Artinya bahwa adanya pengaruh dari variabel motivasi belanja hedonis, keterlibatan fashion, gaya hidup belanja dan *positive emotion* terhadap perilaku pembelian impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang mempunyai motivasi, keterikatan pada produk fashion, dan gaya hidup belanja dapat terjadinya pembelian impulsif.
2. Menurut hasil analisis diketahui bahwa hipotesis 5,6,7 diterima. Artinya adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel keterlibatan fashion, dan gaya hidup belanja terhadap *positive emotion*. Namun, tidak adanya pengaruh dari variabel motivasi belanja hedonis. Hal ini semakin besar keterikatan fashion pada masing-masing konsumen, serta ciri khas dari

gaya hidup belanja pada masing-masing individu maka semakin positif emosi yang dirasakan konsumen ketika akan berbelanja.

3. Menurut hasil analisis diketahui bahwa hipotesis 8 diterima. Artinya variabel *positive emotion* memediasi antara keterlibatan fashion, dan gaya hidup belanja dalam mempengaruhi perilaku pembelian impulsif tanpa melalui variabel motivasi belanja hedonis.

## 5.2 Implikasi Manajerial

1. Motivasi belanja hedonis : Dalam rangka meningkatkan penjualan di pasar malam, khususnya terhadap pembelian impulsif sebaiknya pasar malam menyediakan aneka penjualan dari semua kategori produk, dan menjadikan suasana di pasar malam lebih menarik sehingga dapat memotivasi para konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif.
2. Keterlibatan fashion: Meningkatnya penjualan produk di dalam pasar malam, pada umumnya menyediakan barang dagangan yang lebih dicari dan disukai para konsumen, seperti pada generasi muda lebih tertarik bahkan dapat menanggapi pada suatu produk jika produk tersebut dalam kategori fashion atau kategori pakaian yang diminati generasi muda dengan model terbaru dan mempunyai produk terbaru lebih dari satu. Sehingga akan lebih mudah jika di pasar malam menjual menyesuaikan dan menyediakan penjualan berdasarkan fashion konsumen.

3. Gaya hidup belanja: Perbelanjaan di pasar malam harus lebih memperhatikan barang dagangan dengan menyesuaikan gaya hidup masyarakat pada umumnya, dimana dalam menyediakan barang dagangan tidak berfokus pada model dikalangan atas atau harga yang mahal saja, namun diharapkan dapat menyediakan barang dagangan dari harga disemua kalangan tanpa melebihi jumlah nominal harga yang ditawarkan.
4. Emosi positif: emosi positif menunjukkan kondisi menyenangkan yang dialami konsumen, sehingga akan lebih mudah melakukan pembelian impulsif. Pasar malam agar memfasilitasi berbagai aneka penjualan untuk meningkatkan emosi positif pada konsumen.

### **5.3 Keterbatasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pasti mempunyai banyak keterbatasan dan kekurangan baik dari sistematika penulisan, maupun hasil yang masih dirasa kurang lengkap. Kuesioner hanya diperuntukan kepada konsumen yang pernah berkunjung di pasar malam, sehingga cakupan penelitian terbilang sempit menyebabkan hasil kurang digeneralisasikan. Akan lebih baik lagi jika penyebaran kuesioner diperluas yang bukan difokuskan hanya pada kriteria responden tertentu.

### **5.4 Saran**

Peneliti selanjutnya diharapkan variabel agar tidak hanya dibatasi dengan variabel independent yang ada pada penelitian ini. Selanjutnya peneliti diharapkan untuk menyamakan jumlah dari setiap item indikator yang akan dipakai untuk

pertanyaan kuesioner penelitian. Selanjutnya peneliti diharapkan untuk tidak hanya berokus pada variabel mediasi melainkan diharapkan untuk menambahkan variabel moderator dalam memudahkan pengujian analisis data..

