

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, model dapat digunakan untuk menjelaskan *impulse buying* generasi Y yang diambil simpulan sebagai berikut:

1. *Availability of money* berpengaruh positif terhadap *hedonic consumption tendency*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua telah diterima.
2. *Availability of money* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama telah diterima.
3. *Fashion Involvement* berpengaruh positif terhadap *hedonic consumption tendency*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat telah diterima.
4. *Fashion Involvement* berpengaruh positif terhadap *impulse Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga telah diterima.
5. *Hedonic consumption tendency* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima telah diterima.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat dibuat saran sebagai berikut:

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disarankan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel-variabel penelitian ini, seperti *availability of time* terhadap *hedonic consumption tendency* dan terhadap *impulse buying*. Disarankan penelitian selanjutnya dapat mengganti dengan generasi X yang memiliki kesediaan uang yang lebih dibanding generasi Y.
2. Penelitian ini hanya meneliti produk-produk *fashion* pada umumnya saja, tidak berfokus pada suatu *brand* tertentu ataupun produk *fashion* tertentu seperti tas, dompet, aksesoris dan produk *fashion* lainnya. Disarankan penelitian selanjutnya dengan fokus suatu *brand* tertentu.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sogo Department Store* variabel *availability of money*, *fashion involvement*, *hedonic consumption tendency* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. Oleh karena itu dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. *Sogo Department Store* diharapkan dapat memberikan penawaran promo atau pemberian harga menarik pada periode-periode tertentu untuk dapat merangsang keinginan belanja konsumen untuk menjadi impulsif pada saat itu juga.
2. Bagi *Sogo Department Store* diharapkan dapat dapat membuat display dengan *trend* terkini terus menerus, peletakan barang-barang, dan tata letak toko yang terus di ubah bertahap agar terlihat. Bahwa *Sogo Department Store* selalu memiliki barang-barang baru dan tampilan yang selalu baru, sehingga membuat konsumen merasa menjelajahi dunia baru saat berbelanja.

3. Bagi Sogo *Department Store* diharapkan dapat dapat memberikan harga yang reliabel untuk produk fashion bagi remaja, agar dapat menarik minat konsumen muda untuk ingin berbelanja. Karena rata-rata hasil jawaban responden tentang indikator “Saya memiliki anggaran yang cukup untuk dibelanjakan.” menyatakan netral.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alba, J. W., & Williams, E. F., 2012, *Pleasure Principles: A Review of Research On Hedonic Consumption*, *Journal of Consumer Psychology*, pp.1-17.
- Amir, F., Nor Aisah, B., & Mehrdokht, s, 2012, *Exploring the Influence of situational factors (money&time available) on impulse buying behaviour among different Ethnics*, *Elixir Marketing Mgmt.* 46, pp.8577-8580.
- Bayley, G., & Nancarrow, C, 1998, *Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon*, *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 1 Iss 2, pp. 99 - 114.
- Beatty, S. E., & Ferrel, E. M., 1998, *Impulse Buying: Modeling Its Precursors*, *Journal of Retailing*, Volume 74, pp. 169-191.
- Browne, B. A., & Kaldenberg, D. O., 1997, *Conceptualizing self-monitoring: links to materialism and product involvement*, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 14 Iss 1, pp.31 - 44.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., 2004, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ dan Fuad., 2005, *Structural Equation Modeling*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Levy, M., Weitz, B., & Grewal, D., 2014, In *Retailing Manajemen*, 9th ed, New York, America: Mc. Graw-Hill Education.
- Mowen, J. C., dan Minor, M., 1998, *Consumer Behavior*, 5th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid Pertama, Jakarta: Erlangga.

- Mowen, J. C., dan Minor, M., 1998, *Consumer Behavior*, 5th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Nayebzadeh, S., & Jalaly, M., 2014, *Investigating Iranian female muslim consumer impulse buying behavior used as a Form of retail therapy*, *Journal of Islamic Marketing*, vol. 5 Iss 2, pp. 302-320.
- O'Cass, A., 2000, *An assessment of consumers product, purchase decision, advertising and consumption involvement in fashion clothing*, *Journal of Economic Psychology* 21, pp. 545-576.
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C., 2006, *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior*, *Journal of Fashion Marketing and Management Vol. 10 No. 4*, pp. 433-446.
- Pattipeilohy, V. R., & Rofiaty, M. I., 2013, *The Influence of the availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotions towards Impulse Buying Behavior in Ambon City*, *International Journal of Business and Behavioral Sciences Vol. 3, No.8*, -.
- Safiera, A, 2016, Diprediksi Paling Konsumtif, Generasi Y Jadi Pasar Baru Brand Fashion High End, diakses 8 febuari, 2017, <http://wolipop.detik.com/read/2016/05/02/150215/3201690/233/di-prediksi-paling-konsumtif-generasi-y-jadi-pasar-baru-brand-fashion-high-end>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L., 2008, *Consumer Behavior, Seventh Edition*, Englewood Cliffs, New Jersey: PT Indeks.
- Solomon, M.R., 2015, *Consumer Behavior: buying having, and being 11th Ed*, New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Sogo.co.id, 2017, tentang merek-merek Sogo Department Store, diakses 7 febuari, 2017, <http://sogo.co.id>
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- _____, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.
- Uli, 2016, Benarkah Generasi Millennial Cenderung Konsumtif?, diakses 8 febuari, 2017, <http://aura.tabloidbintang.com/articles/psikologi/37040-benarkah-generasi-millennial-cenderung-konsumtif>
- Utami, C. W., 2012, *Manajemen Ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Wikipedia.org, 2017, Tentang Galaxy Mall Surabaya, diakses 9 febuari, 2017, https://id.wikipedia.org/wiki/Galaxy_Mall_Surabaya
- Wikipedia.org, 2017, Tentang Mall Surabaya, diakses 6 febuari, 2017, https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pusat_perbelanjaan_di_Surabaya