BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (20,310 > 2,97) dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya. Nilai koefisien determinasi (R Square atau R^2) sebesar 0,295 yang berarti sumbangan kedua variabel bebas (*shopping lifestyle* dan *fashion involvement)* terhadap variabel terikat (*impulse buying behaviour)* secara bersama-sama (simultan) sebesar 29,5%. Sedangkan sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya *pre-decision stage*, *post-decision stage*, dan *instore shopping environment*.
2. Berdasarkan hasil uji T (parsial), menunjukkan bahwa:
   a. *Shopping lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperoleh lebih besar dari t_{tabel} (2,248 > 1,985) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,027 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien regresi untuk *shopping lifestyle* bernilai positif sebesar 0,253 yang artinya terjadi hubungan positif antara *shopping lifestyle* dengan *impulse buying behaviour*, semakin naik nilai *shopping lifestyle* maka semakin meningkat nilai *impulse buying behaviour*.

b. *Fashion involvement* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behaviour* pada pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari t_{tabel} (4,383 > 1,985) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien regresi untuk *fashion involvement* bernilai positif sebesar 0,417 yang artinya terjadi hubungan positif antara *fashion involvement* dengan *impulse buying behaviour*, semakin naik nilai *fashion involvement* maka semakin meningkat nilai *impulse buying behaviour*.

B. Saran

Dari simpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi pihak Rabbani Pucang Surabaya
   a. Diharapkan untuk lebih sering membuat tawaran iklan atau promosi lainnya di dalam toko atau web untuk menarik perhatian pelanggan sehingga timbul perilaku *impulse buying*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Rabbani hendaknya menjaga kualitas terbaik produk *fashion* sehingga tidak akan membuat kecewa pelanggan khususnya pelanggan setia (*loyal customer*).

c. Sebaiknya lebih memperhatikan beragam model produk fashionnya dan terus mengikuti perkembangan mode *fashion* terbaru agar produknya mampu menarik perhatian para pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

a. Diharapkan dapat menambah variabel bebas lainnya, seperti *pre-decision stage*, *post-decision stage*, dan *instore shopping environment* karena pada hasil penelitian ini masih dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya.

b. Sebaiknya menggunakan metode penelitian lain yang lebih lengkap dan akurat, misalnya teknik sampling dan analisis data sehingga nantinya hasil yang diperoleh lebih valid.

3. Bagi responden, sebagai konsumen muslim hendaknya lebih selektif dalam memilih produk yang dibeli. Motif membeli hendaknya karena kebutuhan bukan keinginan. Konsep rasionalitas Islam harus terus dipegang sehingga kita tidak akan mudah untuk terpengaruh dengan iklan atau tawaran khusus yang sering kali menipu dan nantinya akan menimbulkan kekecewaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id