

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari data yang sudah dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Shopping Lifestyle* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* shopee. Berarti bahwa semakin tinggi *shopping lifestyle* yang dimiliki Gen Z maka semakin besar juga peluang untuk melakukan *impulse buying* di shopee dapat terjadi.
2. *Fashion Involvement* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* shopee. Menandakan bahwa semakin besar *fashion involvement* atau keterlibatan Gen Z dalam perkembangan *fashion* maka akan semakin besar peluang terjadinya *impulse buying* di shopee.
3. *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *Impulse Buying* shopee. Nilai  $f$  hitung sebesar  $592,356 > t$  tabel yaitu  $3,042$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini namun masih ditemukan keterbatasan dalam penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan dalam penelitian ini

peneliti mengemukakan saran yang sesuai dengan hasil yang ditemukan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya maupun pihak-pihak tertentu yang sekiranya membutuhkan. Berikut saran yang dapat peneliti ajukan:

#### 1. Bagi Perusahaan

- a) Perusahaan *e-commerce* shopee agar dapat mempertahankan pilihan produk *fashion* untuk lebih bervariasi, konsumen dari kalangan Gen Z merasa lebih menyukai ketika apa yang mereka kenakan berbeda dari yang lain.
- b) Perusahaan shopee juga agar lebih meningkatkan iklan untuk memperkenalkan jika terdapat produk *fashion* baru yang ditawarkan agar konsumen dari kalangan Gen Z akan cepat mendapatkan informasi terkait produk *fashion* terbaru yang ada di *e-commerce* shopee.
- c) Perusahaan shopee juga harus selalu mengikuti tren terbaru terutama untuk produk *fashion* dan mempertahankan agar produk *fashion* yang ditawarkan mengikuti tren yang ada, melihat Gen Z ketika adanya model *fashion* terbaru yang ditawarkan mereka berniat untuk melakukan pembelian.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian dengan melakukan penelitian terhadap objek yang berbeda dalam penelitian

ini menggunakan shopee sebagai objek, bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan *platform e-commerce* lain sebagai objek penelitian.

- b) Melakukan penelitian dengan sampel yang berbeda dengan mengambil Generasi selain Gen Z untuk dijadikan sampel.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
PERPUSTAKAAN  
YOGYAKARTA