

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai gaya hidup berbelanja, perilaku *fear of missing out*, potongan harga dan pembelian impulsive. Peneliti menarik Kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Gaya hidup berbelanja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk Miniso di Shopee.
2. Perilaku *fear of missing out* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsive pada produk Miniso di Shopee.
3. Potongan harga secara parsial tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk Miniso di Shopee.
4. Secara simultan gaya hidup berbelanja, perilaku *fear of missing out* dan potongan harga berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada produk Miniso di Shopee.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Terdapat hambatan dalam pencarian data responden yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner.

2. Peneliti memerlukan waktu hingga beberapa pekan untuk mencapai jumlah responden yang ditetapkan yaitu sebanyak 120 responden.
3. Pernah melakukan pembelian Miniso di Shopee.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Berikut beberapa saran yang peneliti sampaikan adalah :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan untuk membantu Miniso dan *e-commerce* Shopee untuk membuat riset mengenai fenomena gaya hidup berbelanja konsumen dari berbagai kalangan usia ataupun dari segi pendapatan. Agar pihak perusahaan mengetahui dan membuat strategi yang sesuai dengan kondisi konsumen guna untuk memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan *profit* penjualan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan kepada Miniso dan *e-commerce* Shopee untuk membuat konten yang menarik disesuaikan dengan produk yang ditawarkan sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang selalu menjadi bagian dari kelompok *trendsetter*.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan kepada Miniso dan *e-commerce* Shopee tentang pemberian potongan harga

dengan memperhatikan besarnya diskon yang diberikan agar konsumen merasa tertarik dengan promosi diskon yang beredar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, misalnya dengan menambahkan variabel seperti motivasi belanja *hedonism*, ketertarikan fashion, kualitas produk, *store atmosphere*.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menambah wawasan serta melengkapi literatur tentang pengaruh gaya hidup berbelanja, perilaku *fear of missing out* dan potongan harga terhadap pembelian impulsif produk Miniso di Shopee.
- c. Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, disarankan untuk memperhatikan karakteristik yang lebih beragam dan mengambil sampel yang lebih banyak.
- d. Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, disarankan membuat kuesioner yang lebih baik dengan membuat beberapa pernyataan untuk mewakili tiap variabel.