

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan beserta teori dan konsep yang mendukung Pengaruh Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif yang dimoderasi Orientasi Fashion pada pengunjung di Paris Van Java Mall Bandung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Materialisme pada pengunjung Paris Van Java Mall Bandung secara keseluruhan tergolong dalam kategori “Tinggi”. Artinya pengunjung di Paris Van Java Bandung terdapat materialisme dalam melakukan pembelian produk fashion. Persentase tertinggi terdapat pada indikator sukses dan kebahagiaan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator sentralisasi. Indikator sukses dan kebahagiaan menjadi indikator tertinggi karena konsumen merasa bahwa kesuksesan bisa ditunjukkan melalui barang yang di dapat di PVJ Mall dan bisa menjadi pemenuh kebahagiaan, dimana seseorang yang materialisme biasanya menyukai barang-barang mewah untuk mencukupi kepuasan emosional mereka. Sedangkan Sentralisasi menjadi indikator terendah, hal ini dikarenakan Sebagian konsumen Merasa bahwa barang fashion tidak selalu sebagai tujuan pusat kehidupan yang utama.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Orientasi Fashion pada pengunjung di Paris Van Java Mall Bandung secara keseluruhan tergolong dalam kategori “berorientasi”. Artinya pengunjung memakai produk fashion yang ada di Paris Van Java Mall Bandung dan memperhatikan perkembangan fashion. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Importance of being well-dressed* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Fashion Leadership*. Indikator *Importance of being well-dressed* menjadi indikator tertinggi karena konsumen merasa memakai produk fashion yang ada di Paris Van Java Mall Bandung ditunjukkan untuk menunjang penampilan. Sedangkan indikator *Fashion Leadership* menjadi indikator terendah, hal ini dikarenakan sebagian konsumen merasa tidak mempunyai keinginan untuk menjadi orang pertama yang memiliki produk fashion terbaru di Paris Van Java Mall Bandung.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Perilaku Pembelian Impulsif pada Pengunjung Paris Van Java Mall Bandung secara keseluruhan tergolong “impulsif”. Artinya bahwa mayoritas konsumen melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku pembelian impulsif merupakan fenomena umum di kalangan konsumen. Persentase tertinggi terdapat pada indikator dorongan batin yang kuat dengan persentase berada pada kategori impulsif, yang artinya bahwa mayoritas konsumen merasakan dorongan yang kuat untuk berbelanja produk fashion di PVJ Mall. Persentase terendah terdapat pada indikator Dorongan Untuk Berbelanja karena Melihat Barang dalam

Kondisi Tertentu dengan persentase berada pada kategori baik. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku pembelian impulsif merupakan fenomena umum di kalangan konsumen.

4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Materialisme terhadap Pembelian Impulsif dengan Orientasi Fashion sebagai Moderasi adalah sebagai berikut:

- Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa pada variabel Materialisme (X) terhadap Pembelian Impulsif (Y) bernilai positif atau pengaruh yang searah. Hal ini diinterpretasikan bahwa apabila semakin tinggi Materialisme maka Pembelian Impulsif yang dihasilkan pengunjung PVJ Mall pun akan semakin tinggi
- Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa pada variabel Orientasi Fashion (Z) terhadap Pembelian Impulsif (Y) bernilai positif atau pengaruh yang searah. Hasil ini diinterpretasikan bahwa apabila semakin tinggi Orientasi Fashion maka akan memperkuat terhadap pengaruh Pembelian Impulsif yang dihasilkan pengunjung PVJ Mall

5. Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Materialisme (X) terhadap Pembelian Impulsif (Y) dengan Orientasi Fashion (Z) sebagai variabel moderating bernilai positif. Hal ini diinterpretasikan bahwa apabila semakin tinggi Materialisme maka Pembelian Impulsif yang dihasilkan pengunjung PVJ Mall pun akan semakin tinggi dengan diperkuat oleh variabel Orientasi Fashion sebagai moderating

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Pengaruh Materialisme terhadap Pembelian Impulsif dengan Orientasi Fashion sebagai Moderasi, yaitu sebagai berikut:

1. Pada Materialisme, Fokus berlebihan pada materi dan kekayaan dapat menyebabkan stres, ketidakpuasan, dan kehilangan makna hidup. Individu mungkin merasa tidak puas meskipun memiliki banyak barang atau uang. Sebaiknya memprioritaskan hal-hal yang lebih berarti dalam hidup dengan mengadopsi gaya hidup yang lebih berfokus pada pengeluaran yang bijaksana.
2. Pada Pembelian Impulsif, Keputusan yang diambil secara impulsif sering kali tidak mempertimbangkan semua informasi yang relevan, yang dapat mengakibatkan hasil yang tidak diinginkan atau kerugian finansial. Sebaiknya membuat rencana dan menetapkan tujuan jangka panjang dapat membantu mengarahkan perhatian dan mengurangi dorongan untuk bertindak impulsif.
3. Pada Orientasi Fashion, konsumen diharapkan untuk memilih gaya atau trend yang sesuai dengan kepribadian masing-masing, jangan terlalu mengikuti orang lain. Karena industri fashion sangatlah dinamis, dan mulai prioritaskan dana secara bijaksana.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini mengingat terdapat pengaruh yang lebih besar dari variable lain, ataupun mengkombinasikan variable materialisme dengan

variable lain di luar variable dalam penelitian ini. Atau disarankan agar lebih baik dalam meneliti Materialisme terhadap Pembelian Impulsif dengan orientasi fashion sebagai objek penelitian sehingga penelitian variable-variabel ini akan lebih sempurna.