

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Hijabista Celebrity Endorsement*, *Trend Fashion Muslimah*, dan *Fashion Interest* terhadap *Impulsive Buying* pada konsumen Meisya Fashion Kudus. Pada penelitian ini, telah membahas mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan dari data yang diperoleh maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Hijabista Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh terhadap *Impulsive Buying* pada konsumen Meisya Fashion Kudus, dengan t_{hitung} positif artinya *Hijabista Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*. Hasil ini menjelaskan bahwa *Hijabista Celebrity Endorsement* memiliki banyak pengaruh terhadap merk yang dipromosikan, kehadiran celebrity akan menjadi acuan bagi konsumen Meisya Fashion Kudus untuk menentukan pembelian dengan melihat selebriti tersebut atas ulasan produk dan penjelasan manfaat produk fashion tersebut.
2. *Trend Fashion Muslimah* tidak memiliki dampak terhadap *Impulsive Buying* pada konsumen Meisya Fashion Kudus, berdasarkan hasil olah data tersebut, secara parsial *Trend Fashion Muslimah* merupakan variabel bebas yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Hasil ini menunjukkan bahwa *Trend Fashion Muslimah* tidak bisa menjadi acuan tambahan bagi konsumen Meisya Fashion Kudus, tetapi menjadi bahan pertimbangan terhadap produk yang mereka inginkan. Bagi konsumen Meisya Fashion Kudus, *Trend Fashion Muslimah* belum menjadi keinginan untuk membeli atau mencoba produk tersebut. Sebagian konsumen lebih mempertimbangkan hal lainnya seperti kualitas produk, rekomendasi teman atau sesuai keinginan sendiri.
3. *Fashion Interest* memiliki pengaruh terhadap *Impulsive Buying* pada konsumen Meisya Fashion Kudus, berdasarkan hasil olah data tersebut, secara parsial *Fashion Interest* merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Dengan t_{hitung} positif artinya *Fashion Interest* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin banyak orang yang tertarik dengan dunia fashion, maka

mereka akan terus mengikuti perkembangan fashion hingga memaksa diri untuk membeli produk fashion yang mereka inginkan tanpa rencana. Minat mode fashion terhadap berbagai gaya pakaian dipengaruhi oleh iklan atau lingkungan sekitar.

B. Saran

Kesimpulan yang dikemukakan diatas adalah berdasarkan data lapangan yang diperoleh. Dengan demikian, dari kesimpulan ini peneliti dapat memberi beberapa saran bagi para pihak dengan harapan agar dapat bermanfaat serta menjadi acuan bagi pengembangan lebih lanjut.

1. Bagi perusahaan

Bagi produsen Meisya Fashion Kudus disarankan untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan terhadap konsumen dan lebih sering melakukan promosi penjualan seperti diskon atau rotasi harga agar kemungkinan terjadinya pembelian impulsive pada konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut diatas, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengambil subjek penelitian dan menambah jumlah sampel untuk mengkaji model secara lebih rinci sehingga menghasilkan hasil yang baik dan dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini atau menambah referensi teori tentang kajian ilmu pengetahuan dan implikasinya.