

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis mengenai Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion (Studi Pada Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Sehingga H1 diterima yang artinya ketersediaan waktu dan uang untuk berbelanja yang tinggi akan berbanding lurus dengan kemampuannya untuk melakukan pembelian impulsif (*impulse buying*). Hal tersebut berarti semakin tinggi gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) seseorang maka semakin tinggi pula *impulse buying* yang akan dilakukan.

2. *Fashion involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa *fashion involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Sehingga H2 diterima yang berarti bahwa jika keterlibatan fashion dalam mengikuti setiap trend fashion yang sedang berlangsung tinggi akan berbanding lurus dengan kemampuannya untuk melakukan pembelian impulsif (*impulse buying*). Hal tersebut berarti semakin tinggi keterlibatan individu dalam mengikuti trend fashion maka semakin tinggi pula *impulse buying* yang akan dilakukan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang sebaiknya diperbaiki dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel 1 dari 5 fakultas yang ada di IAIN Kudus.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel 240 dari 2.110 mahasiswi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023.

C. Saran-Saran

Peneliti menuliskan saran-saran bagi pihak terkait yang diharapkan saran-saran tersebut dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya :

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat menentukan sampel yang lebih luas lagi serta disarankan untuk menambah variabel yang mempengaruhi *impulse buying* sesuai dengan referensi yang didapatkan.
2. Bagi mahasiswi, khususnya mahasiswi IAIN Kudus diharapkan untuk dapat lebih bijak dalam mengatur keuangannya.

