

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *social commerce* dengan *impulsive buying* pada generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *social commerce* maka akan cenderung semakin tinggi *impulsive buying* pada generasi milenial. Begitu sebaliknya, bahwa semakin rendah *social commerce* maka semakin rendah juga *impulsive buying* pada generasi milenial.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

##### 1. Bagi Subjek

Bagi konsumen khususnya generasi milenial dalam mengkonsumsi atau berbelanja khususnya menggunakan media *online* agar tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan hanya mengikuti *tren* demi kepuasan semata. Akan tetapi lihat juga kegunaan produk tersebut dan selalu membatasi diri untuk tidak terpengaruh untuk membeli produk yang direkomendasikan oleh orang lain.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku *implusive buying* seperti memilih atau menambah variabel lainnya yang mempengaruhi *implusive buying* dan tidak lupa untuk menambahkan subjek penelitian dengan latar belakang yang berbeda dan kelemahan dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga aspek dalam mengukur *social commerce* pada generasi milenial maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan semua aspek dari ahli yaitu *trust* dan *intention to buy*.