

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negative antara kontrol diri dengan *impulsive buying* produk kosmetik pada mahasiswa yang berbelanja secara *online* dengan koefisien korelasi $r_{xy} = -0.504$ dengan $p = 0.00 (< 0,050)$ yang berarti adanya hubungan negative antara kontrol diri dengan *impulsive buying*. Jika semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* pada mahasiswa. Sebaliknya jika semakin rendah maka *impulsive buying* semakin tinggi. Kontrol diri memberikan kontribusi sebesar 25,4% terhadap *impulsive buying* dan sisanya 74,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Pentingnya kontrol diri pada mahasiswa untuk dapat mengendalikan dan menghindari terjadinya *impulsive buying*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan bahwa kontrol diri mahasiswa lebih rendah dengan nilai kategorisasi rendah ke sedang yang berarti mahasiswa belum mampu mengendalikan diri untuk tidak melakukan *impulsive buying*.

B. SARAN

1. Bagi Subjek Penelitian

Saran bagi mahasiswa yang memiliki *impulsive buying* yang tinggi untuk membuat daftar belanja sebelum membeli kosmetik, mengevaluasi produk kosmetik yang benar-benar habis, membuat jadwal perbelanjaan dan sebelum melakukan pembelian mahasiswa diharapkan untuk membandingkan harga untuk

menghindari impulsif karena promo. Menggunakan metode 24 jam yang dimana ini untuk melatih kesadaran diri mahasiswi untuk merespon impulsif dengan cara yang rasional, menghindari paparan iklan, dan sebelum melakukan belanja kosmetik lebih baik membaca ulasan dan rekomendasi. Dan mahasiswi untuk mengisi waktu dengan hal yang bermanfaat berupa membaca buku dll untuk mengurangi rasa bosan yang mengakibatkan untuk berbelanja impulsive secara online.

lebih memperhatikan manfaat dari barang yang hendak dibeli dan tidak membeli barang kosmetik berlebihan hanya untuk kesenangan semata serta lebih memprioritaskan kebutuhan juga menghindari pemborosan uang saku.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan penelitian ini sebagai referensi agar melakukan pembaharuan topik penelitian pada *impulsive buying*, menambah variabel penelitian, dan pemilihan subjek yang lebih bervariasi untuk melihat kecenderungan *impulsive buying* dari berbagai kalangan. dan menyelursuri jurnal dan teori-teori untuk pendukung penelitian. Memperluas subjek penelitian