

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa diperoleh koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0.540$ dengan taraf signifikansi sebesar $p=0.000$ ($p<0.01$) yang berarti terdapat korelasi yang positif antara kecenderungan gaya hidup hedonis dengan pembelian impulsif. Ada hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan gaya hidup hedonis dengan pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Semakin rendah kecenderungan gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh mahasiswa di Yogyakarta, maka semakin rendah pula perilaku pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta.

Tingkat pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta dominan pada kategori sedang (72,4%) dan tingkat kecenderungan gaya hidup hedonis terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta dominan pada kategori rendah (54%). Sumbangan efektif kecenderungan gaya hidup hedonis terhadap pembelian impulsif dapat dilihat dari (R^2) yang diperoleh sebesar 0.292. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kecenderungan gaya hidup hedonis memberi pengaruh terhadap pembelian impulsif sebesar 29,2% dan sisanya sebesar 70,8% pembelian impulsif dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian secara keseluruhan, maka saran yang diberikan penelitian adalah:

1. Saran bagi subjek penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mahasiswa yang mengalami masalah dalam mengatur keuangan karena kebiasaan membeli barang secara impulsif, mahasiswa diharapkan dapat mengatur keuangan sesuai kebutuhan dengan cara membeli barang sesuai kebutuhan bukan sekedar membeli barang yang diinginkan saja agar tidak terjerumus ke dalam pembelian impulsif.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama disarankan untuk:

- a. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.292 artinya bahwa variabel kecenderungan gaya hidup hedonis memiliki kontribusi sebesar 29,2% dalam mempengaruhi variabel pembelian impulsif pada produk kosmetik di kalangan mahasiswa Yogyakarta, dan sisanya 70,8% berkaitan dengan faktor - faktor lainnya yang mempengaruhi pembelian impulsif. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti tentang variabel pembelian impulsif dapat mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang berkaitan dengan pembelian impulsif, seperti harga, iklan, diskon, lingkungan toko, posisi letak produk.

- b. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat kekurangan pada bagian memperoleh subjek berjenis kelamin laki-laki. Sebagian besar subjek yang memiliki perilaku pembelian impulsif di dominasi dengan subjek perempuan yang mana sesuai dengan yang dikemukakan oleh Mulyono (dalam Septila & Aprilia, 2017) menyatakan bahwa wanita cenderung menjadi pelaku *impulse buying* dikarenakan wanita lebih mudah terpengaruh oleh perasaan dibandingkan dengan laki-laki. Berbeda dengan pendapat dari Winawan dan Yasa (2014) yaitu laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam melakukan pembelian impulsif (*impulse buying*). Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas subjek penelitian tidak terbatas dengan mahasiswi namun juga kepada mahasiswa atau remaja laki-laki.