

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa. Semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa maka semakin rendah *impulsive buying*nya, sebaliknya semakin rendah kontrol diri pada mahasiswa semakin tinggi *impulsive buying*nya.

Hasil kategorisasi data kontrol diri pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang melakukan yang belanja online memiliki perilaku *impulsive buying* yang cenderung negatif dengan persentasi tinggi sebesar 49.6% (66 subjek), kategori sedang sebesar 49.6% (66 subjek), dan kategori rendah 0.8% (1 subjek). Kontrol diri memberikan kontribusi sebesar 53.9% terhadap *impulsive buying* dan sisanya 46.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan *impulsive buying* pada mahasiswa yang melakukan belanja online. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi *impulsive buying*. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah konformitas, semakin rendah *impulsive buying* pada mahasiswa yang melakukan belanja online.

Hasil kategorisasi data konformitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang melakukan yang belanja online memiliki perilaku *impulsive buying* yang cenderung positif dengan persentasi tinggi sebesar 0.8% (1

subjek), kategori sedang sebesar 63.2% (84 subjek), dan kategori rendah 36.1% (48 subjek). Konformitas memberikan kontribusi 15.9% terhadap *impulsive buying* dan sisanya 84.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi subjek penelitian

Saran untuk mahasiswa agar selalu bijaksana dalam membeli suatu barang, dan selalu mempertimbangkan terlebih dahulu apa manfaat dari barang yang hendak dibeli, jangan hanya berdasarkan keinginan, gengsi dan diskon saat hendak membeli barang, agar tidak terjadi resiko negatif seperti rasa penyesalan setelah membeli barang tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai *impulsive buying* agar lebih memperhatikan lagi dalam memilih subjek agar mendapat kecenderungan perilaku *impulsive buying* yang lebih kuat serta memperluas cakupan subjek agar hasil penelitian dapat digeneralisasi.