

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis korelasi *product moment* (*pearson correlation*) diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,577 ($p = 0,000$) berarti terdapat hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi pula. Sebaliknya semakin rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Individu dengan *self monitoring* tinggi akan lebih responsif terhadap berbagai iklan bagi Individu dengan *self monitoring* rendah, individu terlihat tidak begitu antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis mereka juga kurang peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti. Individu lebih senang mengenakan pakaian yang mereka rasakan sesuai dengan kepribadiannya

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah

1. Mahasiswa Pengguna Shopee dengan Metode *Mobile Banking*

Mahasiswa diharapkan dapat lebih mengontrol diri agar tidak terjadinya *impulsive buying*. Adapun meningkatkan *self monitoring* cara mampu mengatur diri sendiri dalam belanja dan cenderung membeli barang dengan sesuai kebutuhannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya apabila tertarik meneliti kajian yang sama, diharapkan untuk meneliti subjek yang berbeda selain Mahasiswa agar mendapatkan data penelitian yang lebih sesuai dengan permasalahan yang sedang dikaji. Selain itu juga, peneliti selanjutnya diharapkan lebih update dalam teori yang dikaji dan diharapkan dapat mencari variabel lain selain *self monitoring* jika ingin meneliti *impulsive buying*. Peneliti diharapkan lebih menggali permasalahan yang akan diteliti selanjutnya.