

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Shopping lifestyle* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* pengguna *marketplace* shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. *Fashion involvement* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* pengguna *marketplace* shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. *Hedonic shopping motivation* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* pengguna *marketplace* shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

5.2 Implementasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan didalam kesimpulan penelitian maka dapat dibuat implikasi penting sebagai berikut:

1. Bagi *marketplace* shopee diharapkan untuk terus melakukan berbagai macam strategi yang dapat menciptakan kebutuhan dalam diri konsumen yang dapat memicu terjadinya *impulsive buying*.
2. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta diharapkan dapat mengontrol perilaku belanja melalui *marketplace*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyesuaikan proporsi kebutuhan mana yang harus didahulukan untuk dibeli.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada *marketplace* shopee, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan *marketplace* lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap *marketplace* yang berbeda seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, Akulaku, OIX, dan Zalora

2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi *impulsive buying* maupun variabel yang menjadi akibat dari *impulsive buying*.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.
4. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sangat terbatas sehingga keakuratan dari hasil penelitian belum bisa mewakili data yang sebenarnya.
5. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis masih menggunakan program SPSS. Dengan demikian, peneliti berikutnya disarankan agar menggunakan jenis program lainnya seperti Smart-PLS atau Amos.