

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh kontrol diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang, dengan hasil perhitungan signifikansi $0,041 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang berarti ada pengaruh kontrol diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.
2. Ada pengaruh konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang, dengan hasil perhitungan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak yang berarti ada pengaruh konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.
3. Ada pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang, dengan hasil perhitungan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak yang berarti ada pengaruh kontrol diri dan konformitas

4. terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan terkait dengan beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diberikan yaitu:

1. Bagi mahasiswi di Karawang

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa kontrol diri dan konformitas dapat memengaruhi mahasiswi di Karawang untuk melakukan kecenderungan pembelian impulsif, sehingga dengan cara mempertahankan kemampuan kontrol diri pada mahasiswi untuk mengelola kontrol dirinya dan tingkat konformitas yang rendah dapat mengurangi pengaruh kecenderungan pembelian impulsif yang ditimbulkan oleh kelompok maupun lingkungan sosial sekitar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi serta menambahkan atau mengganti variabel yang memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif seperti strategi pemasaran, karakteristik konsumen, dan kepribadian.

3. Bagi Instansi

Bagi instansi seperti sekolah tinggi maupun universitas yang ingin melakukan penelitian yang berhubungan dengan psikologi konsumen, khususnya mengenai kecenderungan pembelian impulsif diharapkan dapat menambahkan referensi yang lebih banyak lagi di perpustakaan yang terdapat dalam instansi tersebut.

