

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan serta telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa telah ditemukan hasil dalam penelitian ini, yaitu penelitian ini dapat menjawab hipotesis penelitian dengan hasil pengujian analisis regresi dengan nilai *sig.* $0,00 < 0,05$ yang berarti dapat dikatakan bahwa ada pengaruh konsep diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif konsumen secara *online* di Karawang. Adapun hal tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini H_a (Hipotesis alternatif) dapat diterima dan H_0 (Hipotesis nol) ditolak.

B. Saran

Pada penelitian ini telah diuraikan hasil penelitian beserta kesimpulan, sehingga peneliti dapat mengajukan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

a. Bagi konsumen belanja *online*

Untuk dapat menurunkan ataupun mencegah terjadinya pembelian yang cenderung impulsif, konsumen belanja *online* diharapkan dapat menumbuhkan konsep diri yang lebih positif, sehingga hal tersebut dapat membuat konsumen lebih baik lagi dalam memahami dirinya sendiri serta lebih dapat mengutamakan membeli barang sesuai kebutuhannya dibandingkan hanya mementingkan keinginannya semata.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi calon peneliti yang akan melakukan penelitian disarankan agar menggunakan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan variabel kecenderungan pembelian impulsif, sehingga dari penelitian yang akan datang dapat melengkapi faktor-faktor apa saja yang mungkin memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif. Adapun faktor-faktor tersebut seperti gender, usia, kepribadian, emosi, kontrol diri, dan harga diri.

