

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari beberapa hasil uji analisis yang diuraikan sebelumnya, maka dinyatakan pada kecenderungan pembelian impulsif wanita di Karawang berada pada kategori sedang dengan frekuensi sebesar 54,2%, pada *self esteem* berada pada kategori sedang dengan frekuensi sebesar 56,8%. Hasil dari uji hipotesis yang dihasilkan mendapatkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $t = -4,875$  artinya terdapat korelasi negatif antara variabel kecenderungan pembelian impulsif dengan variabel *self esteem*. Serta hasil yang didapatkan dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *self esteem* kepada kecenderungan pembelian impulsif secara silmutan memiliki pengaruh sebesar 0,059 atau 5,9%.

#### B. Saran

##### 1. Bagi Masyarakat

Diharapkan bagi masyarakat khususnya wanita di kota Karawang bisa memahami dampak dari kecenderungan pembelian impulsif agar lebih bisa mengelola keuangan lebih baik, seperti mulai menentukan barang yang lebih dibutuhkan, serta membuat anggaran khusus dalam belanja *online*.

##### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa lebih selektif dalam pengambilan responden dan melakukan sebaran data pada responden yang memiliki kecenderungan pembelian impulsif, serta melakukan studi pra penelitian yang sesuai dengan keadaan di lapangan serta meningkatkan pada aspek-aspek ataupun

faktor dari skala kecenderungan pembelian impulsif dan skala *self esteem*. Dikarenakan penelitian ini hanya berfokuskan pada variabel *self esteem*, untuk peneliti selanjutnya disarankan bisa memilih variabel-variabel seperti daya tarik visual (*visual appeal*), atribut harga (*price attribute*) dll.

