

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan *retail* di Karawang. Dibuktikan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,005$ maka hipotesis penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak dan besaran pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada karyawan retail di Karawang sebesar 18%.

B. Saran

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

1. Bagi Responden

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau evaluasi diri dalam proses pengambilan keputusan untuk berbelanja produk secara *online* sehingga tidak berbelanja untuk keinginan sementara saja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah fenomena dari beberapa variabel lain yang mempengaruhi pembelian impulsif, kematangan emosi, gender, umur, dan sifat hedonism, teman sebaya, price discount, dan promo.