

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menganalisis *Impulse Buying* pada situs *E-Commerce* Shopee (Studi pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Hedonic Shopping Motivation* dapat memberikan kontribusi terhadap *Impulse Buying* pada situs *E-Commerce* Shopee. Semakin tinggi seseorang memiliki motivasi belanja hedonis (*Hedonic Shopping Motivation*) ketika berbelanja di Shopee, maka semakin tinggi pula pembelian impulsif (*Impulse Buying*).
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Emosi Positif dapat memberikan kontribusi terhadap *Impulse Buying* pada situs *E-Commerce* Shopee. Semakin tinggi Emosi Positif yang dirasakan / dimiliki seseorang ketika berbelanja di Shopee, maka semakin tinggi pula pembelian impulsif (*Impulse Buying*) yang dilakukan

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk menjadi bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai unsur pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Shopee perlu memberikan pelayanan dan stimulan yang dapat menciptakan rasa senang saat berbelanja sehingga pengalaman berbelanja yang didapatkan bisa menjadi lebih menyenangkan dan menarik.
2. Shopee perlu secara terus menerus dapat memberikan rangsangan yang menciptakan Emosi Positif konsumen sehingga nantinya hal tersebut dapat memberikan dampak yang positif kepada Shopee.
3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel tambahan yang belum ditampilkan dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi hubungan dengan *Impulse Buying*.