

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Pembelian Impulsif maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi Belanja Hedonis berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif pada *E-Commerce* Tokopedia di Surabaya. Artinya semakin tinggi Motivasi Belanja Hedonis yang dimiliki oleh seseorang, semakin tinggi juga dorongan pada orang tersebut untuk melakukan Pembelian Impulsif.
2. Gaya Hidup Berbelanja berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif pada *E-Commerce* Tokopedia di Surabaya. Artinya semakin tinggi Gaya Hidup Berbelanja yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi juga dorongan pada orang tersebut untuk melakukan Pembelian Impulsif.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di waktu yang akan datang. Berikut saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Diharapkan *E-Commerce* Tokopedia dapat mendorong motivasi belanja hedonis pada konsumennya, terutama dengan memberikan pengalaman belanja yang menarik, mengikuti trend inovasi produk terbaru, dan menyediakan produk dengan harga yang murah.

2. Gaya Hidup Berbelanja memberikan kontribusi tinggi terhadap Pembelian Impulsif. Maka diharapkan *E-Commerce* Tokopedia dapat memenuhi Gaya Hidup konsumennya, dengan menyediakan berbagai produk dengan varian dan merek yang beragam, serta meningkatkan dan juga meninjau kualitas produk yang dijual di Tokopedia.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, agar hasil ini dapat dikembangkan sebagai referensi tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan karakteristik lain seperti pengeluaran untuk berbelanja dan juga mengambil sampel lebih banyak serta menggunakan variabel lain yang dapat memengaruhi pembelian impulsif sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.