

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pengujian hipotesis mengenai hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas bhayangkara jakarta raya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* dan hubungan kedua variabel tersebut bersifat negatif.
2. Variabel kontrol diri pada pengguna *onlineshop* berada dalam kategori yang sedang.
3. Variabel *impulsive buying* pada pengguna *onlineshop* berada dalam kategori yang rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Bhayangkara memiliki perilaku *impulsive buying* dengan kategori yang rendah. Maka disarankan agar mahasiswa tetap mempertahankannya sehingga perilaku *impulsive buying* tersebut tidak meningkat. sedangkan hasil dari kontrol diri menunjukkan sebagian besar mahasiswa Universitas Bhayangkara berada dalam kategori yang sedang sehingga mahasiswa diharapkan untuk tetap mempertahankan atau lebih meningkatkan lagi kontrol diri dalam dirinya agar ketika melakukan transaksi belanja *online* selanjutnya tidak berperilaku impulsif dan dapat memikirkan secara matang apa yang dibeli merupakan hal yang sungguh-sungguh di butuhkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan *impulsive buying* saling memiliki hubungan yang bersifat negatif, akan lebih baik jika peneliti selanjutnya mengkaji variable lain atau faktor-faktor lain contohnya seperti kepribadian yang dapat menyebabkan perilaku *impulsive buying* pada individu. Jika peneliti selanjutnya tertarik atau tetap ingin meneliti hubungan antara kontrol diri dan *impulsive buying* maka diharapkan agar penelitian selanjutnya jauh lebih baik lagi dari penelitian-penelitian sebelumnya karena terdapat kelemahan pada penelitian sebelumnya dimana tidak ada filter untuk perilaku *impulsive buying* pada skala pendahulu sehingga hasil penelitian menjadi tidak bisa digeneralisasikan.

