

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pembelian Impulsif Pengguna TikTok Shop Generasi Z ditinjau dari Kemudahan Penggunaan, E-WOM, dan Kontrol Diri” diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Pembelian *Impulsif* generasi Z pengguna TikTok Shop di Kudus. Kemudahan ini memiliki dampak positif pada kegiatan belanja masyarakat yaitu menghemat waktu dan tenaga untuk berbelanja, karna dengan berbelanja di TikTok Shop tidak harus keluar rumah dan proses pembayaran yang mudah. Akan tetapi, dengan kemudahan tersebut justru dapat mengakibatkan pembelian *impulsif* yang dilakukan masyarakat meningkat tanpa disadari.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel e-WOM terhadap Pembelian *Impulsif* generasi Z pengguna TikTok Shop di Kudus. Calon konsumen cenderung melakukan pembelian secara *impulsif* ketika mengetahui ulasan positif yang dibicarakan terhadap suatu produk atau merek. E-WOM menjadi salah satu strategi pemasaran karena dapat membuat masyarakat mudah tergoda dengan ulasan positif sebagai stimulasi. Generasi Z lebih mudah untuk terpengaruh dengan stimulus dan cenderung konsumtif.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Kontrol Diri terhadap Pembelian *Impulsif* generasi Z pengguna TikTok Shop di Kudus. Adanya kontrol diri pada seseorang dapat membantunya dalam mengendalikan keputusan pembelian serta melakukan pertimbangan terhadap sesuatu yang akan dibelinya. Namun, kontrol diri tidak secara langsung dapat mengendalikan perilaku seseorang dalam membuat keputusan dan mempengaruhi kemampuan mereka untuk menahan diri dari tindakan *impulsif*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan Masyarakat dapat mempertimbangkan keputusannya dalam melakukan pembelian, serta melatih kontrol diri yang dimilikinya agar tidak terjerumus pada perilaku pembelian *impulsif* yang dapat merugikan dirinya sendiri. Terutama bagi generasi Z yang masih dalam masa pencarian jati diri dan memiliki kontrol diri yang kurang sehingga perlu untuk melatih kontrol diri yang dimilikinya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik permasalahan yang sama, diharapkan mampu menyempurnakan penelitiannya dengan mengulas lebih rinci mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian *impulsif* selain dari variabel yang telah disebutkan dalam penelitian ini.