

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying* di *E-Commerce*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Trend* berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying* di *E-Commerce*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keragaman Produk berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying* di *E-Commerce*.

B. Saran

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Saran yang dapat peneliti sampaikan

1. Bagi Konsumen

Dapat memberikan wawasan bahwa sebagai konsumen, harus bisa mengontrol pengeluaran dan pergaulan. Perilaku buruk seperti kebiasaan gaya hidup hedonistic seperti pembelian yang tidak perlu sebaiknya dihindari. Karena ketika perilaku ini mencapai batas irasional, dapat merugikan diri sendiri. Perilaku tersebut dapat dihindari jika individu mampu bersosialisasi secara selektif dan selalu mengutamakan kebutuhan dasarnya, bukan berdasarkan kesenangan sesaat.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lebih lanjut penelitian ini dengan meningkatkan ukuran sampel dan mempelajari model secara lebih rinci untuk mencapai hasil yang baik dan menyelesaikan penelitian ini. Diharapkan dapat mengidentifikasi kekurangan apapun dalam penelitian ini. Atau menambahkan referensi teori tentang kajian ilmu pengetahuan dan implikasinya.

3. Bagi *E-commerce*

Bagi *e-commerce* dapat meningkatkan pengalaman belanja pelanggan dengan cara menyajikan pilihan produk yang unik dengan rapi, memberikan informasi lengkap tentang produk yang diiklankan, dan menawarkan fitur notifikasi untuk mengatur

belanja impulsif. Hal ini akan membuat pengalaman berbelanja lebih baik, membangun kepercayaan, serta membantu pelanggan mengelola belanjaan dan keuangan mereka. Dengan langkah ini, *e-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pembeliannya.

