

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini dan analisis yang dilakukan, penulis penelitian ini dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pembelian impulsif di toko online. Dengan kata lain, semakin tinggi variabel gaya hidup berbelanja, maka semakin positif pembelian impulsif. Hal ini didukung oleh hasil uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.242 > 2.000$ ) dan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak.
2. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *price discount* terhadap *impulse buying* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada *online shopp*, hal ini menunjukkan bahwa *price discount* kurang kuat dalam mempengaruhi pembelian impulsif di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah. Dengan didukung hasil yang diperoleh dari uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-0,571 < 2.000$ ) dan nilai signifikan 0,570 lebih besar dari 0,05 maka  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{02}$  diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *positive emotion* terhadap *impulse buying* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada *online shopp*, hal ini menunjukkan bahwa *positive emotion* kurang kuat dalam mempengaruhi pembelian impulsif di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah. Dengan didukung hasil yang diperoleh dari uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,919 < 2.000$ ) dan nilai signifikan 0,362 lebih besar dari 0,05 maka  $H_{a3}$  ditolak dan  $H_{03}$  diterima.
4. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *shopping lifestyle*, *price discount*, dan *positive emotion* terhadap *impulse buying*, hasil yang diperoleh dari uji signifikansi parsial (uji F) bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,323 dengan nilai signifikansi 0,008. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pembelian impulsif. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Shopping lifestyle*,

*price discount* dan *positive emotion* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *impulse buying* pada *online shopp* pada Mahasiswa di pondok pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah. Dengan demikian  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak.

## B. Saran - saran

Dari penelitian penulis dan keterbatasan yang ada, Peneliti membuat beberapa rekomendasi untuk berbagai pihak, yaitu :

1. Mahasiswa Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah, diperlukan para mahasiswa sanggup mendeskripsikan kemampuan mahasiswa dan pula seseorang santri yg sederhana dan menyesuaikan menggunakan anggaran dalam Islam. Bukan hanya mengikuti hawa nafsu yg ingin mencari kepuasan sementara, yg dalam akhirnya ada perilaku secara impulsif yg cenderung boros dan berlebihan. Juga bisa mengontrol cara menghemat atau menggunakan menabung uang sakunya.
2. Pengasuh serta pengurus Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah lebih serius dalam mengawasi dan menekankan peraturan agar mahasiswa lebih disiplin yang berkaitan dengan batasan barang yang harus dibawa para mahasiswa.
3. Bagi peneliti yang akan datang, disarankan untuk mengambil penelitian di pondok pesantren lain yang serupa dengan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Annasuchiyyah sehingga dapat menambah data mengenai pembelian impulsif santri mahasiswa ditengah masyarakat saat ini.