

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang diperoleh dalam penelitian ini dalam menjawab rumusan masalah sebelumnya yang disampaikan di Bab 1, oleh karena itu kesimpulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Motivasi Hedonis dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019)” adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan variabel motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa dari Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang berbelanja di aplikasi Tokopedia. Meskipun hasilnya menunjukkan hubungan positif antara motivasi hedonis dan pembelian impulsif, namun secara statistik tidak signifikan.
2. Secara parsial gaya hidup belanja memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa dari Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang menggunakan aplikasi Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya gaya hidup belanja para mahasiswa ini, kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif juga meningkat.
3. Secara simultan, baik motivasi hedonis maupun gaya hidup berbelanja memiliki dampak yang kolektif pada pembelian impulsif di kalangan mahasiswa yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang sudah menjadi pengguna aplikasi Tokopedia dan besar koefisien determinasi (R^2) adalah 46%.

5.2 Implikasi

1. Implikasi Teoritis

- a. Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang menggunakan aplikasi Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak dapat mendukung konsumen dalam melakukan pembelian impulsif. Motivasi memang menjadi salah satu faktor dalam pengambilan keputusan konsumen. Namun dalam hal ini mahasiswa masih memiliki pertimbangan lain dalam mengambil keputusan untuk membeli secara impulsif. Motivasi hedonis yang dimiliki seseorang, tidak selalu langsung mengakibatkan terjadinya pembelian impulsif, namun dapat juga didukung dengan faktor lainnya sebagai contoh alasan ekonomi, kepuasan emosional, dan sebagainya.
 - b. Gaya hidup berbelanja dapat berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berada di Universitas Negeri Jakarta pada angkatan 2019. Hal tersebut menjelaskan gaya hidup belanja yang tinggi di kalangan mahasiswa dapat meningkatkan pembelian impulsif mereka. Dalam hal ini mahasiswa harus dapat mengutamakan kebutuhan daripada mengutamakan gaya hidup belanja yang suka menghabiskan uang dan waktu untuk berbelanja. Sehingga jika terjadi pembelian impulsif, maka pemahaman literasi keuangan sangat penting agar kondisi keuangan tetap stabil dan dapat melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhannya, bukan hanya karena keinginan semata. Seseorang dengan pengetahuan literasi ekonomi yang bagus maka akan memiliki perilaku yang lebih rasional didasarkan dengan prinsip-prinsip ekonomi.
2. Implikasi Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan saran untuk mahasiswa serta masyarakat umum. Mulailah membiasakan diri untuk memperbaiki diri saat melakukan aktivitas berbelanja dengan memperbaiki gaya hidup berbelanja dan membuat skala prioritas untuk melakukan pembelian hanya untuk kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan, bukan keinginan sesaat sehingga meminimalisir terjadinya pembelian impulsif. Mahasiswa juga dapat lebih

berhati-hati dalam melakukan pembelian agar tidak terjadi pembelian impulsif yang bersumber dari motivasi hedonis semata. Jika dilihat dari sisi positifnya, mahasiswa dapat menerapkan implikasi pembelian impulsif pada konsumen ketika ingin berbisnis atau berwirausaha. Jika dilihat dari sisi negatifnya, pembelian impulsif dapat membuat seseorang menjadi lebih konsumtif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dari Universitas Negeri Jakarta yang dari setiap individunya terdapat karakteristik tertentu yang berbeda dengan individu lainnya. Namun, penting untuk diingat bahwa penelitian ini hanya mengambil sampel dari mahasiswa angkatan 2019 saja. Karena itu, hasil dari penelitian ini belum cukup untuk menggeneralisasi temuan tersebut ke seluruh populasi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta atau bahkan ke mahasiswa dari fakultas lain di universitas yang sama.

Dengan membatasi sampel hanya pada angkatan 2019, penelitian ini mungkin belum mencakup variasi yang cukup luas dari karakteristik mahasiswa di universitas tersebut. Faktor-faktor seperti usia, pengalaman belanja, latar belakang pendidikan, dan kebiasaan belanja dari angkatan lain atau fakultas lain mungkin berbeda secara signifikan, dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini tidak dapat secara langsung dianggap mewakili seluruh populasi mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta.

Untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian, diharapkan ada penelitian selanjutnya yang melibatkan responden dengan lebih bervariasi dari berbagai angkatan dan fakultas di Universitas Negeri Jakarta. Dengan cara ini, temuan penelitian dapat lebih dapat diandalkan dan relevan untuk berbagai kelompok mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta. Dengan melibatkan variasi yang lebih luas dalam sampel, hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih

komprehensif tentang hubungan antara variabel yang diteliti dan perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya guna memperbaiki kekurangan yang ada dan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Berikut adalah rekomendasi-rekomendasi tersebut:

1. Untuk penelitian yang selanjutnya disarankan untuk lebih menggali teori dan mencari faktor lainnya yang dapat memiliki pengaruh pada pembelian impulsif.
2. Hasil penelitian tentang pengaruh motivasi hedonis sebagai variabel bebas pada penelitian ini menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat mengulangi penelitian ini dengan mengambil sampel dari populasi yang berbeda dan menggunakan metode pengujian yang berbeda, dengan harapan dapat menghasilkan hasil yang berbeda pula.
3. Menggunakan lebih banyak referensi penelitian sebagai langkah penting untuk memperoleh hasil penelitian yang baik serta mendukung topik yang diteliti.