

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan kepada 200 responden untuk mengukur *impulse buying* pada mahasiswa di daerah Jabodetabek. Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *financial attitude*, gaya hidup, dan *impulse buying*. Software *Smart PLS 4.0 (Partial Least Square)* digunakan untuk menganalisis data penelitian dengan menggunakan empat pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinan, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 ( $H_1$ ), *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Jabodetabek, sehingga  $H_1$  diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 ( $H_2$ ), *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap gaya hidup pada mahasiswa di Jabodetabek, sehingga  $H_2$  diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 ( $H_3$ ), gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Jabodetabek, sehingga  $H_3$  diterima.

4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H<sub>4</sub>), *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* melalui gaya hidup pada mahasiswa di Jabodetabek, sehingga H<sub>4</sub> diterima.

## B. Implikasi

### 1. Implikasi Teoritis

- a) Berdasarkan hasil penelitian ini, dikonfirmasi bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Hasil dari penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Fenton-O’Creivy & Furnham, 2020; Kamil et al., 2023; Lai, 2010; Laksmi et al., 2021; Wulandari & Adiba, 2018) yang menyatakan bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.
- b) Berdasarkan hasil penelitian ini, dikonfirmasi bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap gaya hidup. Hasil dari penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Laksmi et al., 2021; Latifa & Santoso, 2024; Lesmana, 2022) yang menyatakan bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.
- c) Berdasarkan hasil penelitian ini, dikonfirmasi bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Hasil dari penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Anggreani & Suciarto, 2020; Pratami & Yudiantara, 2023; Pratminingsih et al., 2021; Yuniawati & Istichanah,

2023) yang menyatakan bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

- d) Berdasarkan hasil penelitian ini, dikonfirmasi bahwa *financial attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying* melalui gaya hidup. Hasil dari penelitian ini dapat melengkapi kesenjangan penelitian sebelumnya dimana masih belum banyak peneliti yang menjadikan gaya hidup sebagai variabel mediasi *financial attitude* terhadap *impulse buying*.

## 2. Implikasi Praktis

- a) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan hasil analisa pada variabel *financial attitude* dengan indikator *distrust* yang terdapat pada instrumen FA.9 dengan pernyataan “Saya merasa perlu mencari informasi lebih lanjut sebelum membeli produk”. Hal tersebut menunjukkan bahwa para responden sepakat untuk mencari informasi lebih lanjut sebelum membeli produk supaya mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai suatu produk, oleh karena itu perusahaan dapat meningkatkan strategi *marketingnya* untuk melengkapi detail pada katalog ataupun informasi yang berkaitan terhadap produk, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan hasil analisa pada variabel gaya hidup dengan indikator *opinion* yang terdapat pada instrumen GH.8 dengan pernyataan “Saya

merasa bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian”. Hal tersebut menjelaskan bahwa para responden sepakat jika gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada *impulse buying* jika gaya hidup yang dimiliki cenderung tinggi. Oleh karena itu, sebaiknya para mahasiswa khususnya di Jabodetabek dapat mengatur gaya hidupnya untuk lebih bijak dalam melakukan keputusan pembelian.

- c) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan hasil analisa pada variabel *impulse buying* dengan indikator *conflict* yang terdapat pada instrumen IB.9 dengan pernyataan “Saya menyesal jika membeli barang hanya berdasarkan keinginan bukan kebutuhan”. Hal tersebut menjelaskan bahwa para responden sepakat merasa menyesal ketika membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan. Oleh karena itu, sebaiknya para mahasiswa khususnya di Jabodetabek mengurangi pembelian barang yang hanya didasari oleh keinginan, melainkan harus sesuai dengan kebutuhan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti diantara lain sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus kepada variabel *financial attitude* dan gaya hidup, kemudian masih ada beberapa faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap variabel *impulse buying*.

2. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa di daerah Jabodetabek saja, sehingga temuan dalam penelitian ini belum sepenuhnya mempresentasikan situasi yang sebenarnya secara keseluruhan.
3. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti, dikarenakan responden yang kurang teliti dalam mengisi jawaban kuesioner.
4. Referensi dari jurnal relevan yang ditemukan oleh peneliti masih belum begitu lengkap untuk menunjang proses penelitian.

#### **D. Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan, implikasi, dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, peneliti dapat merumuskan beberapa rekomendasi atau saran untuk peneliti di masa mendatang yang ingin melakukan penelitian serupa. Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yaitu disarankan untuk menambahkan variabel seperti *financial knowledge*, *financial literacy*, *locus of control*, perilaku konsumtif ataupun *sales promotion*, karena adanya perbedaan variabel yang digunakan dapat menunjukkan hasil yang berbeda. Selain itu, disarankan untuk lebih rinci dalam menentukan objek penelitian supaya dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.