

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Menggunakan ShopeePay pada komunitas *We Are Kpopers* Kediri”, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil pembahasan dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel gaya hidup (X) memiliki nilai *mean* sebesar 25,41 dengan rentang nilai 19 sampai 27. Dimana berada pada kategori cukup. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup pada anggota komunitas *We Are Kpopers* Kediri pengguna ShopeePay, masuk dalam kategori sedang/cukup.
2. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel *Impulsive Buying* (Y) memiliki nilai *mean* sebesar 57,12 dengan rentang nilai 43 sampai 63. Dimana berada pada kategori cukup atau sedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* pada anggota komunitas *we are kpopers* Kediri pengguna ShopeePay, termasuk dalam kategori sedang/cukup
3. Berdasarkan hasil analisis variabel Gaya Hidup (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y). Diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 14,582$, dan t_{tabel} nya adalah 1,985. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Serta koefisien determinasi *impulsive buying*

dipengaruhi oleh gaya hidup sebesar 0,672 atau sebesar 67,2%. Sedangkan 32,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk pada penelitian ini seperti mood, *self feeling*, emosi, kepribadian, penilaian sosial dan moral, serta kepuasan dan penyesalan.

B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berbagai pihak. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut diantaranya:

1. Bagi Anggota Komunitas *We Are Kpopers* Kediri

Anggota Komunitas *We Are Kpopers* Kediri, sebaiknya dapat lebih mengurangi lagi perilaku *impulsive buying*, dengan cara mengontrol keinginan dengan cara membeli barang-barang yang sekiranya memang sangat dibutuhkan untuk waktu dekat, sehingga pengeluaran dapat terencana dengan baik dan dikemudian hari tidak ada penyesalan pasca melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini diharapkan mampu dijadikan landasan untuk riset selanjutnya, dan peneliti selanjutnya dapat menganalisis lebih luas lagi terkait dengan *impulsive buying* dengan melihat faktor-faktor lain, atau mengembangkan lebih banyak penggunaan variabel independen, serta melibatkan lebih banyak responden dalam melakukan penelitian selanjutnya.