

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *shopping lifestyle* dan *hedonic shopping* terhadap *impulse buying* dari penjualan online di media Instagram, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dari penjualan online di media sosial Instagram pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Metro.
2. *Hedonic shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dari penjualan online di media sosial Instagram pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Metro.
3. *Shopping lifestyle* dan *Hedonic Shopping* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dari penjualan online di media sosial Instagram pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UM Metro. Selanjutnya dari uji persamaan regresi linier berganda variabel *Shopping lifestyle* dan *Hedonic shopping* memberikan kontribusi positif.

B. Saran

Berdasarkan simpulan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi peneliti yang akan datang, penulis menyarankan untuk:

1. Mengembangkan penelitian mengenai variabel bebas lain yang akan diteliti dalam melihat pengaruhnya terhadap *impulse buying* dan dapat memperluas daerah yang diteliti sehingga hasil yang dicapai lebih optimal.

2. Melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar yang dapat mewakili populasi, sehingga akan lebih menambah konsistensi hasil penelitian ini, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel responden dengan rentang usia yang lebih beragam.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain yang berkontribusi tinggi diluar model penelitian ini Sehingga dapat memberikan penjelasan mengenai teori tentang factor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying*.