

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel motivasi hedonis ( $x_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel *browsing* ( $x_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel gaya belanja ( $x_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif sehingga hipotesis ketiga diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran- saran sebagai pelengkap sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden penelitian, responden yang membeli dalam 2 atau 3 bulan terakhir.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji dan menganalisis faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian impulsif.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah produk dalam katagori yang diteliti, tidak hanya produk *fashion* tetapi produk yang banyak di jual di *online shop*.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan. Adanya keterbatasan ini penulis mengharapkan adanya perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan tersebut ialah ruang lingkup penelitian yang masih terhitung kecil karena hanya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan menyebabkan jumlah responden penelitian tidak banyak, penelitian ini hanya memfokuskan pada produk *fashion*.