

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka peneliti menyimpulkan hasil akhir sebagai berikut:

Dari hasil tanggapan responden bahwa faktor yang dapat mempengaruhi adanya gaya hidup hedonisme semasa pandemi salah satunya berasal dari faktor internal, dimana kegiatan menelusuri social media dan belanja *online* menjadi salah satu cara yang dilakukan untuk pencegahan penyebaran Covid-19 namun tanpa disadari konsumen menjadi senang dengan menelusuri social media untuk mencari informasi tentang barang yang diinginkan sehingga menjadi konsumtif.

Secara hipotesis statistik menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin tinggi pengaruh gaya hidup hedonisme maka akan diikuti oleh semakin tingginya keputusan membeli pengguna di Tokopedia, dengan kontribusi sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan hasilnya, maka peneliti mengajukan saran praktis dan saran akademis yang nantinya diharapkan mampu memberikan masukan kepada para pembaca dan pihak-pihak yang terkait pada fenomena dalam penelitian ini.

1. Secara Praktis

a. Diharapkan untuk kepada masyarakat dewasa maupun remaja untuk mengurangi pembelian online secara impulse selama pandemi COVID-19 di karena dengan kemudahan yang diberikan oleh pihak e-commerce, dapat juga dilakukan pengendalian diri mulai dari membuat skala prioritas mengenai kebutuhan, memilah kebutuhan dari yang penting dan tidak penting.

b. Keputusan membeli yang dilakukan oleh masyarakat harus dipikir secara baik-baik dari kebutuhan dan juga keinginan, sehingga pada masa pandemic kedepannya dapat mengatur keuangannya dengan baik.

2. Akademis

a. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yang menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi diharapkan peneliti dapat memperoleh lebih luas jangkauan usia subjek dan jumlah responden, menguji sumbangan komponen variabel Gaya Hidup Hedonisme dan variabel Impulse Buying ini sendiri, selain itu diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat membahas faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Gaya Hidup Hedonisme dan variabel Impulse Buying itu sendiri.

b. Teori integrasi informasi (*information integration theory*) dan konsistensi, teori ini merupakan teori yang berada pada kelompok pemikiran atau tradisi sibernika, berdasarkan kamus Longman sibernika merupakan studi ilmiah mengenai cara informasi berpindah dan dikontrol dalam mesin, otak dan sistem saraf, dengan kata lain dapat diartikan sebagai suatu pemahaman yang sangat intensif memahami komunikasi berdasarkan proses yang terjadi dalam otak dan sistem saraf manusia (Morissan, 2021:85). Teori ini sangat relevan di era modern. sekarang. peneliti berharap bahwa ada teori baru lagi yang lebih relevan di media yang sangat cepat dalam kemajuan teknologi. Diharapkan, nantinya ada penelitian yang bisa meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang tidak diketahui oleh peneliti sebelumnya