

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Media Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Media Sosial (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di toko Online Rabbani pada mahasiswa FEBI angkatan 2017 di masa Pandemi Covid-19. Di karenakan t hitung $1,189 < 2,004$ t tabel dan perbandingan nilai signifikan yang di dapatkan yaitu $0,240 > 0,05$.
2. Gaya Hidup (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di toko Online Rabbani pada mahasiswa FEBI angkatan 2017 di masa Pandemi Covid-19. Di karenakan t hitung $4,761 > 2,004$ t tabel dan perbandingan nilai signifikan yang di dapatkan yaitu $0,000 > 0,05$.
3. Media Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji *Fhitung* sebesar $21,706 > F_{tabel}$ $3,16$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil penelitian ini juga diketahui nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar $0,524$ hal ini berarti $52,4\%$ perilaku Pembelian Impulsif di Masa Pandemi di pengaruhi oleh media sosial dan gaya hidup.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian, maka dapat di sampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha atau untuk Toko Rabbani terutama memasarkan produknya di media sosial (Instagram). Diharapkan untuk Rabbani lebih sering mempromosikan produknya di media sosial (Instagram). Diharapkan juga rabbani bisa melakukan give away agar bisa lebih menarik konsumen untuk berbelanja di waktu selanjutnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti Perilaku Pembelian Impulsif di Masa Pandemi Covid-19 agar menggunakan atau menambahkan variabel yang lain agar dapat memperkuat penelitian ini dan dapat memberikan variasi untuk variabel yang lain.
 - b. Untuk wilayah penyebaran kuesioner agar bisa ditambah lagi sehingga tidak hanya mahasiswa saja bisa juga untuk konsumen yang lain yang ada di luar sana, sehingga dapat memperkuat hasil dari penelitian dan penelitian selanjutnya hendaknya mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini.
 - c. Diharapkan mahasiswa dapat mengatur pola gaya hidup yang lebih bermanfaat bagi dirinya apalagi di masa Pandemi Covid-19 ini yang dimana mengalami pola ekonomi yang berubah.