

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan Motivasi Belanja Hedonis dalam menggunakan Aplikasi Coupang pada mahasiswa Indonesia di Youngsan University memiliki persentase perkembangan 76,95% dan berada di rentang baik.
2. Perkembangan Diskon Harga dalam menggunakan Aplikasi Coupang pada mahasiswa Indonesia di Youngsan University memiliki persentase perkembangan 74,23% dan berada di rentang baik.
3. Perkembangan Pembelian Impulsif dalam menggunakan Aplikasi Coupang pada mahasiswa Indonesia di Youngsan University memiliki persentase perkembangan 75.41% dan berada di rentang baik.
4. Pengaruh Motivasi Belanja dan Diskon Harga terhadap Pembelian Impulsif dalam menggunakan Aplikasi Coupang pada mahasiswa Indonesia di Youngsan University. Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Motivasi Belanja Hedonis secara parsial berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif, Alasan seseorang memiliki sifat hedonis diantaranya yaitu banyak kebutuhan yang tidak bisa terpenuhi sebelumnya, kemudian setelah kebutuhan terpenuhi, muncul kebutuhan baru dan terkadang kebutuhan tersebut lebih tinggi dari sebelumnya. Motivasi berbelanja hedonis akan tercipta dengan adanya gairah berbelanja seseorang yang mudah terpengaruh model terbaru. Perilaku belanja hedonis diduga banyak dialami oleh kelompok usia remaja, termasuk kalangan mahasiswa.
- b. Potongan Harga secara parsial berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif. Jika memberlakukan potongan harga maka konsumen akan membeli produk tersebut dengan penuh keyakinan.
- c. Motivasi Belanja Hedonis dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi hedonis konsumen maka semakin tinggi pula impulse buying. Motivasi hedonis adalah berbelanja karena mendapatkan kesenangan dan merasa bahwa berbelanja adalah menarik. Serta semakin tinggi potongan harga akan mempengaruhi *impulse buying*.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan adalah:

1. Untuk mempertahankan kondisi perusahaan agar tetap berada dalam posisi yang menguntungkan, maka sebaiknya perusahaan mendukung strategi agresif dengan melakukan tahapan-tahapan melakukan promosi produk serta melakukan potongan harga di hari – hari khusus.
2. Lebih mendalami keseluruhan indikator dari variabel-variabel Bauran Pemasaran tersebut karena terbukti mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai Motivasi belanja hedonis serta potongan harga terhadap pembelian impulsive pada obyek penelitian lain.