

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Flash Sale* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Impulsive Buying* (Y) di aplikasi tiktokshop Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel *Flash Sale* sebesar 2.648 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.661. Maka, diketahui thitung (2.648) > ttabel (1.661) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
2. Variabel Gratis Ongkir (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Impulsive Buying* (Y) di aplikasi tiktokshop Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel Gratis Ongkir sebesar 3.096 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.661. Maka, diketahui thitung (3.096) > ttabel (1.661) dan nilai signifikansi $0.003 < 0.05$.
3. Variabel Live Streaming (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *Impulsive Buying* (Y) di aplikasi tiktokshop Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan pada tabel nilai t hitung untuk variabel Gratis Ongkir sebesar 7.518 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.661. Maka, diketahui thitung (7.518) > ttabel (1.661) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
4. Variabel *Flash Sale* (X1), Gratis Ongkir (X2) dan *Live Streaming* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel *Impulsive Buying* (Y) di aplikasi tiktokshop Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Hal tersebut dibuktikan dalam nilai signifikansi pada uji f yaitu $0.000 < 0.05$. selain itu, dihasilkan nilai Fhitung 62.374 yang mana > nilai Ftabel yaitu 2.70.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti atau menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi *Impulsive Buying* (pembelian spontan) dengan subjek atau latar belakang penelitian yang berbeda serta memuat presentase yang besar agar memperoleh hasil yang lebih baik.
2. Hendaknya para peneliti selanjutnya lebih memperluas ruang lingkup penelitian supaya memperoleh data valid dan hasil penelitian yang lebih luas.
3. Bagi pelanggan TiktokShop mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk bisa mengontrol diri agar tidak melakukan impulsive buying agar tidak berlebihan dalam berbelanja produk di tiktokshop, dan tetap harus memperhatikan dalam berbelanja apakah hal tersebut termasuk kebutuhan atau hanya keinginan sesaat

