

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada siswa SMAN 3 Kota Serang dengan judul “Pengaruh *Influencer*, Diskon dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap *Impulsive Buying* pada *E-Commerce* Shopee (Studi pada Siswa SMAN 3 Kota Serang)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel *influencer* ( $X_1$ ) terhadap *impulsive buying* (Y) dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $5,265 >$  nilai  $t_{tabel}$   $1,984$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan variabel *influencer* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) pengguna *e-commerce* Shopee pada siswa kelas X SMAN 3 Kota Serang.
2. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel diskon ( $X_2$ ) terhadap *impulsive buying* (Y) dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $13,081 >$  nilai  $t_{tabel}$   $1,984$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan variabel diskon ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) pengguna *e-commerce* Shopee pada siswa kelas X SMAN 3 Kota Serang.
3. Berdasarkan Uji-T (parsial) variabel kemudahan bertransaksi ( $X_3$ ) terhadap *impulsive buying* (Y) dengan hasil  $t_{hitung}$  sebesar  $2,553 >$  nilai  $t_{tabel}$   $1,984$  dengan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah

0,012 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan variabel kemudahan bertransaksi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) pengguna *e-commerce* Shopee pada siswa kelas X SMAN 3 Kota Serang

4. Berdasarkan Uji F (simultan) terdapat pengaruh signifikan variabel *influencer* ( $X_1$ ), diskon ( $X_2$ ) dan kemudahan bertransaksi ( $X_3$ ) terhadap *impulsive buying* (Y) pada siswa SMAN 3 Kota Serang dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $67,369 > 2,70$ ) dengan nilai taraf signifikan yang dihasilkan adalah  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan variabel *influencer* ( $X_1$ ), diskon ( $X_2$ ) dan kemudahan bertransaksi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) pengguna *e-commerce* Shopee pada siswa kelas X SMAN 3 Kota Serang.

## B. Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan literasi keuangan di kalangan siswa sangat penting. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan pribadi, siswa akan lebih berhati-hati dalam menggunakan uang mereka untuk berbelanja secara *online*, sehingga dapat menghindari kebiasaan *impulsive buying* yang berlebihan.
2. Untuk memperluas generalisasi hasil, direkomendasikan untuk melakukan studi komparatif dengan platform *e-commerce* lain selain Shopee. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengaruh *influencer*, diskon, dan

kemudahan bertransaksi berbeda-beda di platform *e-commerce* yang berbeda.

3. Bagi penelitian selanjutnya yang memiliki jenis penelitian yang sama diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta dapat lebih mengembangkan lagi teori dan konsep pada variabel *influencer*, diskon dan kemudahan bertransaksi.