

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis dari data-data yang telah dikumpulkan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil tingkat *impulsive buying* saat belanja *online* dengan kategori sedang yang paling dominan yaitu sebanyak 188 orang atau sebanyak 64%, sementara dengan kategori rendah sebanyak 45 orang atau sebanyak 15%, dan kategori termasuk tinggi sebanyak 62 orang atau sebanyak 21%. Hal ini mengungkapkan bahwa mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin tidak terlalu *impulsive* saat melakukan belanja *online* dan juga tidak terlalu minat dalam berbelanja.
2. Hasil analisis berdasarkan jenis kelamin, diketahui responden kategori laki-laki sebanyak 93 orang memiliki total skor rata-rata 42,96 dan responden kategori perempuan sebanyak 203 orang memiliki total skor rata-rata 47,03. Berdasarkan pada data ditabel menunjukkan bahwa ditinjau dari jenis kelamin mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan lebih tinggi daripada laki-laki.
3. Hasil analisis berdasarkan fakultas, diketahui responden dari Fakultas Syariah dengan rata-rata 48,09 dengan 46 orang, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan rata-rata 43,56 dengan

132 orang, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan rata-rata 47,70 dengan 40 orang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan rata-rata 45,98 dengan 41 orang, dan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora dengan rata-rata 45,98 dengan 41 orang. Dilihat dari beberapa fakultas, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih cenderung melakukan *impulsive buying* saat belanja *online* daripada fakultas lainnya.

B. Rekomendasi

Peneliti sadar bahwa penelitian ini dalam pelaksanaannya masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti ingin memberikan rekomendasi dan saran terkait penelitian untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait *impulsive buying* pada belanja *online* sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terkait *impulsive buying* diharapkan agar dapat meneliti lebih dalam lagi pada belanja *online* dengan menambahkan variabel lain dalam penelitiannya. Hal ini dikarenakan masih minimnya informasi yang menyangkut *impulsive buying* dalam belanja *online*.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan judul yang sama disarankan menggunakan penelitian kualitatif, karena penelitian tersebut lebih mendalam hasil penelitiannya.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan tema penelitian yang sama diharapkan menggunakan aspek yang berbeda, seperti aspek yang dikemukakan oleh Rook dan Fisher.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan uji coba skala yang di adaptasi dan disesuaikan dengan lingkungan penelitian, sehingga lebih valid untuk digunakan serta pembuatan atau memodifikasi skala juga disesuaikan dengan kondisi dan situasi tempat penelitian seperti memasukkan unsur keislaman.
5. Bagi responden penelitian dalam penelitian ini diharapkan dapat mengurangi ke *impulsive buying* an pada saat berbelanja *online* .
6. Bagi institut terkait penelitian ini diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk bahan evaluasi selanjutnya agar dapat menjadi referensi di penelitian *impulsive buying* selanjutnya