

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Online impulse buying* pada *marketplace* Shopee.
- 2) Motivasi belanja hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Online impulse buying* pada *marketplace* Shopee.
- 3) Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Online impulse buying* pada *marketplace* Shopee.

#### **B. Saran**

1. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya yang berhubungan dengan variabel *Online impulse buying*, gaya hidup, motivasi belanja hedonis, dan diskon. Namun, peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Online impulse buying*, seperti kualitas dan desain *web*, kesesuaian produk, kualitas layanan, dan lain-lain.

## 2. Bagi perusahaan

*Marketplace* Shopee sebaiknya mempertahankan atau meningkatkan variabel-variabel yang sudah merangsang *Online impulse buying*, seperti motivasi belanja hedonis, dan diskon, agar mampu menarik konsumen. Selain itu, disarankan Shopee dapat menambah atau melakukan fitur baru pada aplikasi mereka untuk mempermudah konsumen dan mendorong *multi order*.