

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah ditinjau kembali dalam penelitian ini berdasarkan analisa yang telah dipaparkan oleh peneliti mengenai bagaimana Shopeepaylater memberi pengaruh bagi Mahasiswa sehingga menimbulkan adanya perilaku Impulse buying yang menjadikan Mahasiswa melakukan pembelian barang secara spontan tanpa melihat lagi bagaimana nilai guna suatu barang .

Pertama, Sebagian Informan berpersepsi bahwa keputusan membeli suatu barang menggunakan Shopeepaylater ini adalah alternatif solusi untuk mereka memiliki barang tersebut, terciptalah kepuasan tersendiri bagi mereka ketika bisa memiliki barang tersebut saat itu juga, dan sebagian Informan lain membeli barang menggunakan Shopeepaylater untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan yang diberikan Shopee dengan memberikan Gratis Ongkir kepada pengguna khususnya pengguna Shopeepaylater hal tersebut menjadikan alasan para Informan menggunakan Shopeepaylater selain itu keuntungan seperti promo-promo cashback yang jumlahnya lumayan besar dan menguntungkan bagi Pengguna Shopeepaylater.

Dapat diartikan bahwa pengguna Shopeepaylater cenderung masih sering melakukan Impulse Buying dalam belanja online pada E-commerce .

Kedua, Keputusan reflek dilakukan tanpa sadar dan merupakan respon segera setelah adanya rangsangan di sekitarnya, seperti salah satu Informan juga mengatakan ia membeli barang dengan menggunakan fitur

Shopeepaylater tergiur atau terpengaruh dari teman di sekitarnya dengan kemudahan tersebut membuat informan ini yakin barang apapun bisa dengan mudah ia miliki dengan menggunakan Shopeepaylater .

Data hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan mahasiswa memiliki macam-macam kebutuhan yang berbeda, faktor terbesar yaitu keinginan memiliki barang yang secara spontan, barang-barang yang paling sering di beli oleh para mahasiswa ini yaitu skincare dan pakaian dan hal ini dapat dikategorikan sebagai perilaku Impulse buying yang menimbulkan tindakan konsumerisme, terlebih apabila pembelian pakaian tersebut tidak berdasarkan kebutuhan utama, hanya sekedar untuk memenuhi keinginan (Mengoleksi barang – barang terbaru) hal ini terjadi pada pembelian barang elektronik, dimana informan membeli barang elektronik untuk memenuhi keinginan memiliki brand gadget tersebut dan trend gaya hidup, artinya barang – barang yang dibeli tidak digunakan sebagaimana fungsinya (hanya untuk mengkonsumsi nilai-tanda dan simbol) . Seperti perspektif Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat dalam budaya konsumer hidup di bawah “fun system átu sistem paksaan kenikmatan”.

Dengan adanya hal tersebut menjadikan individu atau seseorang tidak lagi melihat barang-barang pada Nilai-guna nya tetapi lebih ke bagaimana spontanitas akan melihat suatu barang lalu disalurkan dengan kemudahan dari Shopeepaylater ini.. Ketiga, pengaruh yang cukup relevan dalam permasalahan ini adalah perilaku Impulse Buying terjadi karena adanya rangsangan dari toko atau ritel yang menawarkan barang yang menarik sehingga mengakibatkan adanya dorongan untuk membeli.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *Shopeepaylater* ini menimbulkan perilaku *Impulse Buying*. Oleh karena itu mahasiswa disarankan untuk menghindari pola hidup yang berlebihan agar tidak terjerumus dalam perilaku *Impulse Buying*. Selain itu, mahasiswa sebaiknya mampu mengendalikan dirinya sehingga terhindar dari dampak perilaku *Impulse Buying* seperti spontanitas dalam melihat barang-barang yang tidak melihat dari Nilai Guna nya. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai perilaku *Impulse Buying* disarankan untuk mengkaji faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku seperti Motivasi, kepribadian dan konsep diri. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah subjek yang lebih banyak, serta memperluas cakupan subjek agar hasil penelitian dapat digeneralisasi.