

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh positif dan hubungan yang signifikan tentang hedonic shopping motivation terhadap emosi positif pada konsumen Shopee di jakarta timur. Jika seseorang memiliki motivasi belanja hedonis yang tinggi maka akan berpengaruh pada emosi positif yaitu perasaan senang, bahagia, puas, dll.
2. Adanya pengaruh positif dan hubungan yang signifikan tentang emosi positif terhadap impulse buying pada konsumen Shopee di jakarta timur. Semakin baik emosi positif konsumen maka semakin baik pula tingkat pembelian impulsif yang dilakukan konsumen, dengan perasaan senang itulah konsumen berpotensi melakukan pembelian impulsif.
3. Adanya pengaruh positif dan hubungan yang signifikan tentang hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada konsumen Shopee di jakarta timur. Semakin hedonic shopping motivation maka semakin baik pula impulse buying yang dilakukan konsumen. Keinginan belanja secara impulse buying akan semakin mungkin jika seseorang memiliki sifat hedonis dalam dirinya.

4. Adanya pengaruh positif dan hubungan yang positif dan signifikan tentang hedonic shopping motivation terhadap impulse buying melalui emosi positif pada konsumen Shopee. Rasa hedonic shopping motivation ini dapat meningkatkan pembelian impulsif pada saat melakukan pembelian sehingga dapat membuat suasana hati yang positif saat berbelanja.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Pihak Shopee dapat menumbuhkan motivasi belanja hedonis yang tinggi dengan menciptakan suasana emosi positif yang baik untuk para konsumen dengan cara berbelanja yang menyenangkan. sehingga emosi positif dapat mempengaruhi konsumen dengan belanja secara hedonis di shopee.
2. Pihak Shopee sebaiknya memperbaiki penampilan visual aplikasi, promosi yang diberikan, dan kemudahan dalam berbelanja. Agar dapat terciptanya emosi positif pada konsumen seperti merasa senang, bahagia dan nyaman, sehingga dapat memicu impulse buying.
3. Pihak Shopee sebaiknya terus mengikuti perkembangan teknologi dan terus berinovasi, dengan tingginya motivasi belanja hedonis yang

dimiliki seseorang, maka akan berpengaruh melakukan impulse buying.

4. Pihak Shopee harus terus mengoptimalkan sifat hedonic shopping motivation, emosi positif dan impulse buying dengan baik, sehingga akan memungkinkan meningkatkan terjadinya belanja di Shopee.

