

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap pembelian *impulsif* pengguna Kredivo pada Generasi Z di Kota Jakarta berdasarkan gaya hidup dan diskon, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup (X1) dan Pembelian *Impulsif* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pembelian *Impulsif* sebesar 0,428, dalam hal ini berarti 42,8% variabel Gaya Hidup dan Diskon dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh Pembelian *Impulsif* sedangkan untuk sisanya 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Variabel Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian *impulsif* sebesar 0,368 yang berarti bahwa sebesar 36,8% gaya hidup dapat dijelaskan, bahwa dipengaruhi oleh pembelian *impulsif* sedangkan 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Variabel diskon (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian *impulsif* sebesar 0,398 yang berarti bahwa sebesar 39,8% diskon dapat dijelaskan, bahwa dipengaruhi

oleh pembelian *impulsif* sedangkan 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pihak Kredivo harus terus mengikuti gaya hidup yang sedang *trend* di kalangan masyarakat terutama di kalangan generasi Z dan pihak Kredivo perlu mempertahankan juga memperbarui diskon terbaru agar generasi Z di kota Jakarta selalu melakukan pembelian secara *impulsif* menggunakan aplikasi Kredivo. Karena jika gaya hidup dan diskon melemah, generasi Z yang melakukan pembelian secara *impulsif* menggunakan aplikasi Kredivo juga akan berkurang.
2. Pihak Kredivo harus terus mengikuti gaya hidup yang sedang *trend* di kalangan masyarakat terutama di kalangan generasi Z di kota Jakarta, karena hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian *impulsif* pada generasi Z di Kota Jakarta. Dengan terus *update* gaya hidup yang sedang *trend*, maka akan menarik generasi Z untuk selalu melakukan pembelian secara *impulsif* menggunakan aplikasi Kredivo.
3. Pihak Kredivo perlu mempertahankan dan memperbarui diskon terbaru karena hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa diskon memberikan pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap pembelian *impulsif* pada generasi Z di kota Jakarta. Dengan terus mempertahankan dan

mengupdate diskon terbaru, maka akan menarik generasi Z untuk selalu melakukan pembelian secara *impulsif*.

