

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022. Artinya jika *fear of missing out* semakin kuat maka *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 akan meningkat.
2. Gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022. Artinya jika gaya hidup hedonisme meningkat maka *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 akan meningkat.
3. *Fear of missing out* dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022. Artinya jika *fear of missing out* dan gaya hidup hedonisme meningkat maka *impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Fear of missing out* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 berada pada kategori cukup kuat. Namun masih terdapat indikator dengan skor rata-rata terendah yaitu indikator kecemasan, maka sebaiknya pengguna TikTok Shop diharapkan dapat mengendalikan perasaan cemas ketika melihat orang lain telah membeli produk di TikTok Shop sementara dirinya belum membelinya, sehingga keputusan pembelian dapat dilakukan secara lebih rasional dan sesuai kebutuhan.
2. Gaya hidup hedonisme pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 berada pada kategori tinggi. Namun masih terdapat indikator dengan skor rata-rata terendah yaitu indikator opini (*opinion*), maka sebaiknya pengguna tiktok diharapkan dapat memfilter opininya serta menanamkan pandangan bahwa rasa percaya diri seharusnya berasal dari pengembangan kompetensi dan kepribadian (nilai internal), bukan sekadar kepemilikan produk populer (nilai eksternal) yang ditawarkan di TikTok Shop sehingga pengguna tiktok dapat lebih bijak dalam mengkonsumsi suatu produk.

3. *Impulse buying* pada mahasiswa pengguna Tiktok Shop Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan 2022 berada pada kategori tinggi. Namun masih terdapat indikator dengan skor rata-rata terendah yaitu indikator pembelian tanpa berfikir akibatnya, maka sebaiknya pengguna tiktok diharapkan dapat mengontrol diri dalam membeli produk di TikTok Shop, dengan selalu mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan pribadi sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambah variable yang diindikasikan dapat memengaruhi *impulse buying* seperti, *shopping lifestyle*, *price discount*, atau variable lain yang relevan. Selain itu, cakupan responden dapat diperluas tidak hanya pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022, tetapi juga pada kelompok konsumen yang lebih beragam, agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.