

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Perilaku membeli mahasiswa didominasi oleh *Impulse Buying* dengan persentase 60% dari jumlah seluruh subjek dan gambaran *Locus of Control* yang terbagi hampir seimbang antara kelompok Internal dengan Eksternal.

Walau demikian, ternyata tidak setiap *Locus of control* External menunjukkan *Impulse Buying*. dan tidak setiap *locus of control* Internal tidak menunjukkan *impulse buying*. Sehingga hasil perolehan korelasi antara *Locus of Control* dan *Impulse buying* yang di tunjukan dengan $r_s = -0,077$ menurut tabel **Guilford** (Noor 2009:158) termasuk ke dalam kriteria derajat korelasi yang sangat rendah.

Ini membuktikan bahwa pada penelitian ini, kontribusi *Locus of control* sangat kecil terhadap munculnya *impulse buying*, sedangkan faktor lain diluar *Locus of Control* seperti factor marketing, demografis dan sosio-ekonomi lebih memiliki peran dalam menentukan perilaku *impulse buying*.

5.2 Saran

Disarankan bagi subjek untuk menerapkan management keuangan yang jelas dan disiplin dengan rutin mebagi uang bulanan menurut alokasinya sesuai porsi. Dengan begitu kecenderungan untuk menggunakan uang dengan berbelanja secara *impulsive* akan berkurang karena pertimbangan akan muncul saat uang sudah dialokasikan pada hal yang penting.

Subjek juga dapat membuat skala prioritas untuk setiap pembelanjaan untuk membantu didalam menyeleksi produk mana yang dibutuhkan dan tidak begitu dibutuhkan.

Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk ikut mendata factor – factor yang dapat mempengaruhi Impuls buying, bila mana factor tersebut dapat di data ataupun diukur, misalkan penghasilan. Sehingga kita dapat mengetahui secara spesifik factor apa saja yang menyebabkan dia impulsive atau factor apa saja yang menghambat terjadinya impulsive buying pada setiap subjek.

