

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti memberikan kesimpulan bahwa :

- Kemudahan Spaylater terhadap perilaku *Impulse Buying* menghasilkan pengaruh positif dan hasil yang tidak signifikan terhadap *impulse buying*.
- Kepercayaan Spaylater terhadap perilaku *Impulse Buying* menghasilkan pengaruh positif dan hasil yang signifikan terhadap *impulse buying*.
- Fomo terhadap perilaku *Impulse Buying* menghasilkan pengaruh yang positif dan hasil yang signifikan terhadap *impulse buying*.
- Risiko Spaylater terhadap perilaku *Impulse Buying* menghasilkan pengaruh positif dan hasil yang signifikan terhadap *impulse buying*.
- Keamanan Spaylater terhadap perilaku *Impulse Buying* menghasilkan pengaruh positif dan hasil yang signifikan terhadap *impulse buying*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan pada penelitian ini sebagai berikut:

- Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form yang disebarakan secara daring. Hal ini menimbulkan potensi *non-response bias*, dimana pendapat

responden yang berpartisipasi bisa jadi berbeda dengan mereka yang tidak merespons, sehingga dapat mempengaruhi representativitas hasil penelitian.

- Responden dalam penelitian ini didominasi oleh generasi Z dan mahasiswa, sehingga generalisasi hasil penelitian untuk populasi yang lebih luas seperti pengguna Shopee PayLater dari berbagai usia, latar belakang profesi, dan tingkat ekonomi belum dapat dilakukan secara menyeluruh.

5.3 Saran

Berdasarkan temuan dalam peneliti ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk menggunakan metode pengumpulan data campuran (online dan offline) serta melakukan wawancara langsung untuk memperdalam pemahaman terhadap perilaku pengguna. Perluasan karakteristik responden dari berbagai latar belakang usia, pekerjaan, dan daerah agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti *self-control*, *hedonic motivation*, atau *lifestyle* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku impulse buying.

- Keberagaman Responden

Penelitian ini didominasi oleh responden dari kalangan mahasiswa gen Z. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melibatkan responden dengan latar belakang yang lebih beragam, baik dari usia, profesi, maupun tingkat ekonomi. Dengan generalisasi hasil penelitian mengenai penggunaan Shopee Paylater dapat lebih mencerminkan populasi pengguna secara menyeluruh