

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan pada hasil olah data dan pembahasan pada bab sebelumnya dan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Mindfulness* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Impulsive Buying Tendency* pada konsumen generasi millennial tokopedia dinyatakan negatif dan signifikan. Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki pikiran dan kesadaran yang baik sehingga dapat mengatur perasaan yang dimiliki untuk melakukan pembelian impulsif.
2. *Mindfulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Self Emotional Appraisal* pada konsumen generasi millennial tokopedia dinyatakan positif dan signifikan. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki kesadaran dan pikiran yang dapat mengidentifikasi emosi dengan baik.
3. *Mindfulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Regulation Of Emotion* pada konsumen generasi millennial dinyatakan positif signifikan. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki kesadaran dan pikiran yang dapat mengontrol dan meregulasi emosi dengan baik.
4. *Self Emotional Appraisal* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Impulsive Buying Tendency* pada konsumen generasi millennial dinyatakan negatif signifikan. Hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak. Mayoritas responden generasi millennial (Y) hanya suka melihat dan membandingkan barang-barang elektronik yang ada di Tokopedia.

5. *Regulation Of Emotion* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Impulsive Buying Tendency* pada konsumen generasi millennial dinyatakan positif signifikan. Hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki regulasi atas emosi yang dirasakan dan menumbuhkan dorongan untuk melakukan pembelian impulsif.
6. *Mindfulness* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Impulsive Buying* melalui *Self Emotional Appraisal* pada konsumen millennial dinyatakan negatif signifikan. Hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki pengendalian dan kesadaran tentang emosi yang baik. Mayoritas memiliki perasaan yang senang ketika melihat dan membandingkan merk sehingga keinginan untuk melakukan pembelian impulsif semakin kecil.
7. *Mindfulness* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Impulsive Buying* melalui *Regulation Of Emotion* pada konsumen millennial dinyatakan positif signifikan. Hipotesis ketujuh dalam penelitian ini di tolak. Mayoritas responden generasi millennial (Y) memiliki pikiran dan pengendalian emosi yang baik sehingga ketika menerima rangsangan promosi maka dorongan untuk pembelian impulsif akan meningkat..

5.2 Saran

Dari penelitian ini dapat disimpulkan dua saran yaitu saran praktis dan akademis seperti yang akan dijabarkan dibawah ini :

1. Saran Akademik

Hasil penelitian dapat menjadi acuan untuk penelitian mengenai hubungan antara *Mindfulness* dan *Emotional Intelligence* dalam mempengaruhi *Impulsive Buying Tendency* yang dirasakan konsumen. Selain itu untuk akademisi yang akan melakukan penelitian di masa mendatang, diharapkan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi *Impulsive Buying Tendency*. Sebaiknya menggunakan kuesioner kertas atau manual sehingga data yang didapat merupakan data yang valid dan bagus. Lalu variabel

Self Emotion Appraisal dan *Regulation Of Emotion* dapat dijadikan variabel independen untuk penelitian di masa mendatang

2. Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diberikan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh agar dapat meningkatkan tingkat *Impulsive Buying Tendency* yang dirasakan oleh generasi millennial yang sedang berbelanja ditokopedia:

1. Pada variabel *Mindfulness*, disarankan untuk membuat desain web dan aplikasi yang bisa memudahkan konsumen dalam mengakses web maupun aplikasi tokopedia.
2. Pada variabel *Self Emotional Appraisal*, disarankan untuk mendesain tampilan barang-barang yang dijual ditokopedia dengan menarik serta menampilkan spesifikasi dan Gambar yang dapat menarik minat konsumen.
3. Pada variabel *Regulation Of Emotion* disarankan untuk menambah informasi-informasi tentang barang-barang elektronik yang dijual ditokopedia serta melakukan kegiatan pemasaran yang menampilkan informasi tentang barang-barang elektronik yang ada ditokopedia.
4. Pada variabel *Impulsive Buying Tendency* disarankan untuk membuat sebuah bagian dalam aplikasi yang berisi tentang *update* seputar barang elektronik terbaru sehingga ketika ada barang elektronik baru konsumen dapat mengakses informasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bao, X., Xue, S., & Kong, F. (2015). Dispositional mindfulness and perceived stress: The role of emotional intelligence. *Personality And Individual Differences*, 78, 48–52. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.01.007>
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822–848
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2007). Mindfulness: Theoretical foundations and evidence for its salutary effects. *Psychological Inquiry*, 18, 211–237.
- Corcoran, K. M., Farb, N., Anderson, A., & Segal, Z. V. (2010). Mindfulness and emotion regulation: Outcomes and possible mediating mechanisms. In A. M. Kring, & D. M. Sloan (Eds.), *Emotion regulation and psychopathology: A transdiagnostic approach to etiology and treatment* (pp. 339–355). New York: Guilford Press.
- Feldman, G., Hayes, A., Kumar, S., & Laurenceau, J. G. J. (2007). *Mindfulness and Emotion Regulation : The Development and Initial Validation of the Cognitive and Affective Mindfulness Scale-Revised (CAMS-R)*. 177–190. <https://doi.org/10.1007/s10862-006-9035-8>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Goleman, Phd (1999). *Working with Emotional Intelligence*. New York : Bloomsbury
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7thed.)*. Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Harinie, L. T., Sudiro, A., Rahayu, M., & Fatchan, A. (2017). *Study of the Bandura ' s Social Cognitive Learning Theory for the Entrepreneurship Learning Process*. 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.11648/j.ss.20170601.11>
- Hergenhahn, B.R dan Olson, Matthew H.(2015). *Theories of Learning*. Jakarta: Kencana PRenada Media Group. Jakarta
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA). (2018). *Statistik Gender Tematik : Profil Generasi Milenial Indonesia*

xvi+153.

- Moleong, Lexy J, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Park, H. J., & Dhandra, T. K. (2017). Relation between dispositional mindfulness and impulsive buying tendency: Role of trait emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 105, 208–212. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.061>
- Papies, E. K., Barsalou, L. W., & Custers, R. (2012). Mindful attention prevents mindless impulses. *Social Psychological and Personality Science*, 3(3), 291–299.
- Peters, J. R., Erisman, S. M., Upton, B. T., Baer, R. A., & Roemer, L. (2011). A preliminary investigation of the relationships between dispositional mindfulness and impulsivity. *Mindfulness*, 2(4), 228–235.
- Petrides, K. V., Pita, R., & Kokkinaki, F. (2007). The location of trait emotional intelligence in personality factor space. *British Journal of Psychology*, 98(2), 273–289.
- Smiliarweb, (2019) *Overview Tokopedia*. Didapat dari <https://www.similarweb.com/website/seller.tokopedia.com> 13 Agustus, pukul 19.10 WIB
- Sugiyono, (2013), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung : Alfabeta.
- Teknologi.Bisnis, (2019) *Masuk Ramadan, Transaksi Sebulan di Tokopedia Tembus Rp18,5 Triliun*. Didapat dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20190619/266/935419/masuk-ramadan-transaksi-sebulan-di-tokopedia-tembus-rp185-triliun> 20 Januari, Pukul 13.21 WIB
- Thompson, E. R., & Prendergast, G. P. (2015). The influence of trait affect and the five-factor personality model on impulse buying. *Personality and Individual Differences*, 76, 216–221. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.025>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency : Feeling and No Thinking Individual Differences in Impulse Buying Tendency : Feeling and no Thinking*. (September 2016). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Vohs, K., & Faber, R. (2003). Self-regulation and impulsive spending patterns. *NAAAdvances in Consumer Research*, 30.
- Wong, C., & Law, K. S. (2002). *The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude : An exploratory study* (Vol. 13).

Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2009). Structural equation modeling : Belajar lebih mudah teknik analisis data kuesioner dengan Lisrel-PLS. Jakarta : Salemba Infotek