

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Hasil analisis data dan pembahasan menggunakan *SmartPLS* diperoleh kesimpulan promosi penjualan tidak ada pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Hal ini dapat diartikan bahwa promosi penjualan tidak dapat meningkatkan pembelian impulsif pada konsumen *e-commerce* Shopee. Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis ataupun jawaban sementara yang telah ditentukan oleh peneliti.

Kualitas produk ada pengaruh terhadap pembelian impulsif pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Jika diartikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh untuk meningkatkan pembelian impulsif pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Hal ini sejalan dengan hipotesis ataupun jawaban sementara yang telah ditentukan oleh peneliti.

Electronic Word of Mouth ada pengaruh terhadap pembelian impulsif pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Jika diartikan bahwa dengan menggunakan *electronic word of mouth e-commerce* Shopee akan memperoleh peningkatan pembelian impulsif yang dilakukan konsumen di Jakarta Selatan. Hal ini sesuai pada hipotesis ataupun jawaban sementara penelitian.

V.2 Saran

Peneliti memberi beberapa saran dengan tujuan untuk evaluasi baik bagi perusahaan, peneliti, dan mahasiswa. Saran tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penulis menyarankan menggunakan variabel yang lebih bervariasi dan terbaru, sehingga topik seputar pembelian impulsif dapat berkembang sejalan dengan perkembangan zaman. Bilamana peneliti dikemudian hari menggunakan variabel yang sama, maka peneliti selanjutnya harus memperhatikan tiap indikator variabel dan disesuaikan dengan objek penelitian yang dipilih

2. Bagi Perusahaan

- a. *E-commerce Shopee* sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk untuk dapat dijadikan sebagai dasar konsumen untuk melakukan pembelian impulsif dengan memaksimalkan performa aplikasi, fitur layanan dan inovasi pada produk. Sehingga Shopee tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain
- b. Peneliti dalam hal ini menyarankan *e-commerce* Shopee untuk memperhatikan *Electronic Word of Mouth* dengan memperbaiki pengelolaan, *feedback* pada aplikasi mengingat konsumen sangat tertarik untuk melakukan pembelian impulsif

3. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran untuk mengetahui perilaku pembelian impulsif dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama.