

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah didapatkannya hasil penelitian yang telah dianalisis dan diolah datanya menggunakan software SmartPLS 3.2.9 serta pembahasan mengenai kontrol diri, literasi ekonomi dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif pada aplikasi Shopee, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya pengguna Shopee di DKI Jakarta, semakin baik dalam mengontrol dirinya maka dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsifnya. Semakin mampu orang dalam mengontrol dirinya, tentu pembelian impulsifnya semakin rendah. Namun sebaliknya, jika seseorang kurang mampu dalam mengontrol dirinya, maka pembelian impulsif pengguna Shopee tentu akan meningkat.
2. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya, pengguna Shopee di DKI Jakarta semakin paham dalam literasi ekonominya maka dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsifnya. Pemahaman masyarakat terhadap literasi ekonomi maka akan semakin rendah perilaku pembelian impulsifnya, karena semakin paham seseorang akan meningkatkan *saving behavior* terhadap pendapatan atau uang yang mereka miliki. Sehingga pembelian impulsif pengguna Shopee akan cenderung rendah. Tentu sebaliknya, jika seseorang kurang paham dengan literasi ekonomi maka pembelian impulsifnya akan tinggi.
3. Promosi penjualan berkontribusi terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya, perilaku impulsif dalam pembelian atau belanja *online* pengguna Shopee di DKI Jakarta meningkat karena promosi penjualan yang meningkat tentunya. Hal tersebut akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk di Shopee. Namun sebaliknya, jika promosi penjualan menurun tentu tidak mendorong dan mempengaruhi turunnya perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee.

5.2 Saran

Setelah melihat hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang berdasarkan penelitian ini, maka terdapat saran untuk pihak perusahaan dan para peneliti berikutnya:

1. Saran untuk pihak perusahaan

Shopee diharapkan agar terus mempertahankan dan meningkatkan promosi penjualannya kepada para konsumennya atau pengguna Shopee. Karena metode – metode yang digunakan dalam promosi penjualan tentu dapat meningkatkan penjualan secara cepat. Kemudian akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan serta dapat meningkatkan rasa kepuasan konsumen pengguna Shopee dalam melakukan belanja *online*. Konsumen akan memandang Shopee semakin bagus serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Shopee. Kenyamanan dan loyalitas yang dirasakan oleh konsumen akan meningkatkan pembelian impulsifnya.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk menambah variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif seperti *costumer review*, *shopping lifestyle*, kualitas pelayanan dan *online advertising*. Selain itu penelitian berikutnya diharapkan dapat mengembangkan sampel penelitian dengan memperbesar ukuran sampel dan menggunakan domisili lebih spesifik lagi.