

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Setelah meninjau temuan penelitian yang telah dianalisis dan melakukan diskusi dengan menggunakan metode PLS (Partial Least Square) mengenai motivasi hedonik, promosi penjualan, dan pemasaran viral terhadap pembelian impulsif pada platform Shopee, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Hedonic motivates* berdampak secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di platform *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta. Temuan ini mendukung hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa *hedonic motivates* memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.
2. *Sales promotion* berdampak secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di platform *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta. Temuan ini mendukung hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa *Sales promotion* memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.
3. *Viral marketing* berdampak secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di platform *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta. Temuan ini mendukung hipotesis ketiga, yang membuktikan bahwa *Viral marketing* memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti telah mematuhi semua prosedur dan langkah-langkah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hanya mengambil sampel responden yang berdomisili di wilayah kota Jakarta, sehingga tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *hedonic motivates*, *sales promotion*, dan *viral marketing*. Sedangkan masih ada variabel lain yang juga bisa mempengaruhi *impulse buying* pada *E-commerce* Shopee.

### 5.3 Saran

Setelah melihat hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa saran untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya

#### 1. Saran untuk Perusahaan

Untuk Shopee dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas promosi, terutama dalam pelaksanaan program flash sale, perlu ditingkatkan. Jenis promosi ini memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan dengan cepat melalui pembelian impulsif, yang dapat memberikan dampak positif pada penjualan dan kepuasan konsumen Shopee. Oleh karena itu, strategi promosi, termasuk flash sale, perlu terus dioptimalkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat citra positif Shopee. Visual iklan juga harus ditingkatkan agar dapat menarik perhatian konsumen, karena visual yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja di platform Shopee. Dorongan belanja hedonis juga perlu ditingkatkan melalui peningkatan promo-promo menarik dan iklan yang dapat merangsang pembelian impulsif

#### 2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan variabel tambahan selain motivasi hedonis, promosi penjualan, dan pemasaran viral guna memberikan keragaman dan komprehensivitas yang lebih besar pada penelitian. Selain itu, perlu memperluas jumlah responden agar mencakup variasi yang lebih luas dan sudut pandang yang lebih beragam.