

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Setelah melakukan uji F, variabel *Coupons, Rebate, Price-off deals, Bonus Pack, Free Premium Gift, loyalty Program, dan Event* (promosi penjualan) memiliki nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai Fhitung 11,496. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara simultan variabel promosi penjualan terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”
2. Berdasarkan uji T, variabel *coupons* memiliki nilai signifikansi 0,047 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $-2,001 < -1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara negatif dan tidak signifikan variabel *coupons* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”
3. Berdasarkan uji T, variabel *Rebates* memiliki nilai signifikansi 0,013 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $2,502 > T_{tabel} 1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *rebates* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”

4. Berdasarkan uji T, variabel *price-off deals* memiliki nilai signifikansi 0,623 ($>0,05$ = tidak memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $-0,493 < 1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Tidak terdapat pengaruh antara variabel *price-off deals* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”
5. Berdasarkan uji T, variabel *bonus pack* memiliki nilai signifikansi 0,010 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $2,588 > T_{tabel} 1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *bonus pack* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”
6. Berdasarkan uji T, variabel *free premium gift* memiliki nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $3,275 > T_{tabel} 1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *bonus pack* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”
7. Berdasarkan uji T, variabel *loyalty program* memiliki nilai signifikansi 0,595 ($>0,05$ = tidak memiliki korelasi) dengan nilai Thitung $-0,532 < 1,971$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Tidak terdapat pengaruh antara variabel *loyalty program* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”

8. Berdasarkan uji T, variabel *event* memiliki nilai signifikansi 0,019 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai T_{hitung} 2,365 $>$ T_{tabel} 1,971. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel *event* terhadap perilaku *impulse buying* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Penulis, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Shopee sebaiknya melakukan promosi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat menstimuli konsumen dalam melakukan pembelian. Hingga saat ini Shopee sudah melakukan promosi dengan berbagai variasi namun belum tepat sasaran. Shopee fokus pada akun yang baru dibuat namun untuk pengguna lama promosi semakin jarang dilakukan. Sehingga Shopee harus konsisten dalam melakukan promosi.
2. Sebaiknya Shopee meningkatkan beberapa promosi yang masih belum dikenal banyak orang seperti *loyalty program* atau beberapa promosi yang menggunakan syarat dan ketentuan tertentu sehingga konsumen tidak merasa tertipu atas judul voucher yang diberikan namun terdapat syarat yang harus terpenuhi terlebih dahulu.