

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variable terhadap *impulse buying* di *e-commerce* Tokopedia serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi tingkat *shopping lifestyle* konsumen semakin tinggi pula tingkat *impulse buying* yang dilakukan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa *Shopping lifestyle* mempengaruhi perilaku *impulse buying* konsumen Tokopedia.
2. Semakin tinggi Diskon yang diberikan maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap perilaku *impulse buying* konsumen di *e-commerce* Tokopedia. Hal ini menjelaskan bahwa Diskon mempengaruhi *impulse buying* konsumen Tokopedia.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan :

1. Salah satu pengaruh besar terhadap perilaku *impulse buying* adalah *Shopping lifestyle*. Jadi, guna meningkatkan *impulse buying* konsumen,

maka perusahaan harus terus memanfaatkan tingginya *shopping lifestyle* konsumen agar tetap terstimulus untuk melakukan *impulse buying*. Dalam mempertahankan faktor tersebut pihak perusahaan hendaknya menjaga kualitas terbaik dari produk yang ditawarkan. Selain itu pihak Tokopedia juga perlu lebih memperhatikan perilaku konsumen agar lebih meningkatkan pembelian impulsif.

2. Diskon menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian impulsif oleh konsumen, oleh karena itu Perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan frekuensi diskon yang diberikan agar dapat lebih mempengaruhi konsumen dalam melakukan *impulse buying*.