

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel *sales promotion* (X1) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *impulse buying* (Y) pada pengguna aplikasi *e-commerce* shopee di Kota Surabaya.
2. Variabel *e-service quality* (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* (Y) pada pengguna aplikasi *e-commerce* shopee di Kota Surabaya.
3. Variabel *sales promotion* (X1) dan *e-service quality* (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying* (Y) pada pengguna aplikasi *e-commerce* shopee di Kota Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang diajukan oleh peneliti :

1. Bagi perusahaan

Pemilik perusahaan shopee harus lebih memperhatikan perkembangan pada aplikasi *e-commerce* shopee, termasuk didalamnya yaitu *sales promotion* atau promosi penjualan serta *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik yang diberikan kepada pengguna aplikasinya, agar dapat mendorong dan memunculkan *impulse buying*. Untuk *sales promotion*, shopee bisa mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi untuk memberikan promosi penjualan yang menarik dan berguna ketika pengguna aplikasinya melakukan transaksi didalamnya, hal tersebut akan dapat memunculkan dorongan *impulse buying* yang lebih tinggi

dikarenakan, penggunaanya akan tertarik ketika melihat promosi penjualan seperti *voucher* atau diskon yang diberikan oleh shopee, jadi pengguna yang melihat promosi penjualan yang muncul di aplikasi shopee akan melakukan pembelian secara tidak terencana karena tertarik akan *sales promotion* yang disajikan oleh shopee. Meningkatkan *sales promotion* dapat dilakukan oleh shopee dengan cara survei apa harapan pengguna aplikasi shopee atau mencari beberapa referensi *sales promotion* yang menarik.

Untuk *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik, shopee harus terus meningkatkan mengingat, banyaknya persaingan yang ada. hal ini dilakukan agar pengguna aplikasi shopee terus melakukan transaksi, *e-service quality* yang baik akan membuat pengguna aplikasi merasa nyaman dan bebas melakukan belanja *online* kapanpun dimanapun tanpa perlu *effort* atau usaha yang lebih.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan landasan riset atau dapat mengembangkan dengan lebih inovatif penelitian berikutnya terkait dengan *sales promotion* dan *e-service quality* terhadap *impulse buying* suatu aplikasi *online*.