

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hipotesis 1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa secara simultan *Customer Trust* dan fitur *Live Streaming* pada aplikasi Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dalam pembelian produk *fashion* dan aksesoris oleh masyarakat kota Surabaya.
2. Hipotesis 2 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa secara parsial *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dalam pembelian produk *fashion* dan aksesoris oleh masyarakat kota Surabaya.
3. Hipotesis 3 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa secara parsial fitur *Live Streaming* pada aplikasi Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dalam pembelian produk *fashion* dan aksesoris oleh masyarakat kota Surabaya.

5.1 Saran

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat meningkatkan fitur live streaming pada aplikasi Shopee dengan menyediakan konten yang informatif dan menarik dalam kategori produk fashion dan aksesoris. Perusahaan juga dapat membangun kepercayaan pelanggan dengan mengoptimalkan layanan pelanggan dan

keamanan transaksi, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti dapat melakukan studi lebih mendalam terkait pengaruh aspek-aspek lainnya yang mungkin memengaruhi *impulse buying*, seperti promosi, ulasan pelanggan, atau faktor psikologis. Penelitian selanjutnya bisa memperluas cakupan geografis atau mengambil sampel dari berbagai kota untuk mengetahui apakah temuan berlaku secara umum atau lebih terfokus pada masyarakat Surabaya.

3. Bagi Pengguna Aplikasi Shopee

Pengguna disarankan untuk tetap kritis terhadap live streaming dan tidak tergesa-gesa dalam melakukan pembelian impulsif, melainkan mempertimbangkan ulasan produk dan kebutuhan pribadi. Pengguna juga sebaiknya memastikan keamanan akun dan transaksi mereka, serta aktif memberikan umpan balik kepada Shopee untuk meningkatkan pengalaman berbelanja online.