

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan pengaruh *live streaming*, potongan harga, dan *review product* terhadap perilaku *impulse buying* pada *E-commerce* Shopee dengan demikian dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Live streaming* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pengguna *e-commerce* shopee di Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa *live streaming* mempengaruhi perilaku *impulse buying* konsumen shopee. Semakin tinggi tingkat partisipasi dalam *live streaming* semakin tinggi pula kemungkinan untuk melakukan *impulse buying*.
2. Hasil penelitian menandakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel potongan harga terhadap perilaku *impulse buying*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemberian potongan harga maka semakin tinggi pula tingkat keinginan konsumen untuk melakukan *impulse buying*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *review product* terhadap perilaku *impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *review product* berpeluang menarik perhatian konsumen, tetapi tidak secara signifikan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan *impulse buying*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data berkaitan dengan pengaruh *live streaming*, potongan harga, dan *review product* terhadap perilaku *impulse buying* pada *E-commerce* Shopee maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat di pertimbangkan dalam pengambilan keputusan yakni :

1. Bagi Perusahaan

Shopee harus lebih memperhatikan perkembangan fitur yang ada pada aplikasinya, diantaranya yaitu *live streaming*, potongan harga, dan *review product* kepada penggunanya agar dapat menarik dan memunculkan *impulse buying*. Untuk *live streaming* diharapkan Shopee dapat mempertahankan atau *upgrade* lebih baik lagi dan untuk potongan harga Shopee dapat meningkatkan lagi untuk memberikan potongan harga yang menarik pengguna aplikasi untuk melakukan transaksi didalamnya. Sedangkan untuk fitur *review product* Shopee dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi, mengingat semakin banyaknya persaingan yang ada. Hal ini dilakukan dapat memunculkan dorongan untuk melakukan transaksi tanpa terencana atau *impulse buying* pada pengguna Shopee.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, dapat melihat demografi yang mencakup populasi lebih luas dan diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi landasan riset yang dapat menghasilkan penelitiannya lebih kreatif dan inovatif dengan *live streaming*, potongan harga, *review product* maupun *impulse buying* pada suatu aplikasi belanja *online*.