

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *live streaming* dan *flash sale* terhadap *online impulse buying* produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada generasi Z di Kota Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Live streaming* berkontribusi meningkatkan *online impulse buying* produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin berkualitas konten live streaming yang ditampilkan melalui keahlian streamer, daya tarik konten, dan kemudahan pembelian, maka Generasi Z di Kota Surabaya semakin terdorong untuk melakukan *online impulse buying* produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop.
2. *Flash sale* berkontribusi meningkatkan *online impulse buying* produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop pada Generasi Z di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin menarik program *flash sale* yang ditawarkan melalui frekuensi promosi, urgensi waktu, dan kualitas promosi, maka

Generasi Z di Kota Surabaya semakin terdorong untuk melakukan *online impulse buying* produk Vaseline di TikTok Shop.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Diharapkan Vaseline dan penjual resmi di TikTok Shop mampu mengoptimalkan kualitas konten *live streaming* dengan menghadirkan streamer yang ahli dan atraktif dalam menyampaikan informasi produk secara lengkap dan interaktif, agar Generasi Z di Kota Surabaya semakin terdorong untuk melakukan *online impulse buying* produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop.
2. Diharapkan Vaseline dan penjual resmi di TikTok Shop mampu merancang program flash sale yang lebih strategis dengan memperhatikan frekuensi penayangan, besaran diskon, dan elemen urgensi seperti keterbatasan stok, agar Generasi Z di Kota Surabaya semakin terdorong untuk melakukan online impulse buying produk hand and body lotion Vaseline di TikTok Shop.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya mampu mengeksplorasi variabel lain yang berpotensi memengaruhi online impulse buying, seperti influencer marketing, perceived value, atau social proof, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan komprehensif.