

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian antara variabel *Interactivity*, *Trust*, dan *Online Customer Review* terhadap *Impulse Buying* produk Avoskin pada Aplikasi Shopee pada Generasi Z di Kota Surabaya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Interactivity*, *Trust*, dan *Online Customer Review* secara bersama-sama terbukti berkontribusi terhadap *Impulse Buying* produk Avoskin pada pengguna Generasi Z di Kota Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku *impulse buying* dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi di dalam platform Shopee, tingkat kepercayaan konsumen, serta informasi yang diperoleh melalui ulasan pelanggan.
2. *Interactivity* berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Semakin tinggi tingkat interaktivitas konsumen selama proses berbelanja, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara tidak terencana.
3. *Trust* berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk, penjual, dan platform Shopee berperan dalam mendorong terjadinya pembelian. Kepercayaan memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku pembelian impulsif.
4. *Online Customer Review* berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Ulasan yang diberikan oleh konsumen lain menjadi sumber informasi

yang dapat memengaruhi penilaian dan keyakinan suatu konsumen terhadap produk, sehingga berkontribusi dalam mendorong terjadinya pembelian secara tidak terencana.

5.2 Saran

1. Secara teoritis hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Interactivity*, *Trust*, dan *Online Customer Review* memiliki peran dalam memengaruhi *Impulse Buying* produk Avoskin pada pengguna Generasi Z di Kota Surabaya. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian perilaku konsumen, yang berkaitan dengan *Impulse Buying* pada konteks *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan penelitian yang menggunakan pendekatan *Stimulus Organism Response* (S-O-R) dalam menjelaskan perilaku pembelian konsumen di lingkungan digital. Diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengidentifikasi variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku tersebut.
2. Secara praktis hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi pemasaran, berkaitan dengan peningkatan interaksi konsumen, kepercayaan konsumen, serta pengelolaan ulasan. Selain itu, pentingnya menjaga kepercayaan konsumen melalui penyediaan informasi produk dan pelayanan secara optimal. Dengan memperhatikan aspek tersebut, diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk dan mendukung terciptanya keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan, Berdasarkan hasil penelitian, Avoskin diharapkan dapat meningkatkan interaktivitas dengan konsumen melalui penyampaian informasi yang jelas terhadap pertanyaan konsumen di Shopee. Selain itu, Avoskin perlu mempertahankan kepercayaan konsumen dengan menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik. Avoskin juga perlu mendorong konsumen untuk memberikan ulasan yang jujur dan informatif karena ulasan yang positif dapat meningkatkan keyakinan calon konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan tingginya interaktivitas, kepercayaan, dan kualitas ulasan pelanggan, Avoskin dapat memperkuat daya tarik produk di Shopee serta meningkatkan kecenderungan pada konsumen untuk melakukan pembelian, termasuk pembelian impulsif.
4. Bagi pihak lainnya, diharapkan penelitian ini dapat mengkaji secara dalam mengenai faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu peneliti diharapkan menjadikan penelitian ini sebagai referensi serta bisa dimanfaatkan secara maksimal dengan meningkatkan kualitas penelitian khususnya pada variabel *impulse buying*. Selanjutnya bagi peneliti disarankan untuk menambah variabel independen guna terbentuknya *impulse buying* atau pembelian secara tidak terencana seperti promosi, harga, *live streaming*, *hedonic shopping motivation* dan lainnya sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif.