

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. *Flash sale* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh parsial dan signifikan terhadap impulse buying dikalangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2020. Hal ini menunjukkan bahwa iklan *flash sale* yang disampaikan oleh e-commerce shopee tidak dapat mendorong perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Kualitas produk dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan antara kualitas produk terhadap impulse buying dikalangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2020. Hal ini dapat diartikan bahwa impulse buying dapat didasarkan pada kualitas produk, terjadi ketika konsumen tergoda atau ter dorong untuk melakukan pembelian secara impulsif, tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut sebenarnya berkualitas atau tidak.
3. Penggunaan *paylater* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan signifikan terhadap *impulse buying* di kalangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Bhayangkara angkatan 2020 di Jakarta Raya. Sistem *paylater* yang dikembangkan *e-commerce*

shopee semakin berkembang membuat proses berbelanja lebih mudah dan nyaman, mendorong terjadinya pembelian impulsif.

5.2 Saran

1. Hasil penelitian ini di diharapkan e-commerce shopee mengoptimalkan kampanye promosi *flash sale* dan juga waktu promosi *flash sale* dengan cara melakukan analisis terlebih dahulu terhadap pola perubahan tren waktu, sehingga dapat memahami pelanggan cenderung melakukan pembelian. Dan juga mengadakan kampanye atau event kategori produk ekslusif yang dimana deskripsi dari hal ini yaitu menyediakan kategori khusus untuk produk-produk yang hanya akan tersedia selama promosi *flash sale*, dan tujuan dari hal ini yaitu memberikan perasaan eksklusif dan menarik lebih banyak pengguna untuk menjelajahi kategori tersebut. Dengan mengimplementasikan gimik-gimik tersebut, Shopee dapat meningkatkan antusiasme dan partisipasi pengguna dalam flash sale, yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan.
2. E-commerce shopee sebelumnya memanfaatkan sistem manajemen barang dengan kualitas yang cukup atau tinggi dan selalu *up to date*, selain itu memberi info kepada konsumen bila barang berkualitas yang pernah dipesan tersedia kembali. Dan menyediakan beberapa pendapat yaitu menjanjikan garansi produk yang dimana menawarkan garansi ke produk yang berkualitas untuk memberikan rasa aman dan percaya kepada kualitas dengan membeli produk tersebut, Dengan menerapkan saran-saran ini, Shopee dapat meningkatkan kualitas produk yang dijual di platformnya,

yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

3. Diharapkan e-commerce shopee melakukan edukasi pengguna, program insentif, peningkatan keamanan, limit kredit yang fleksibel, penawaran khusus pengingat pembayaran, program loyalitas, kolaborasi dengan merchant, fleksibilitas pembayaran pada konsumen mengenai fitur dan keunggulan paylater dengan cara mengimplementasikan seperti menggunakan blog, video tutorial, dan webinar untuk menjelaskan konsep, prosedur, dan tips pengguna yang bijak dll. seperti pengelolaan keuangan yang sederhana agar dapat menentukan konsumen melanjutkan pembelian di e-commerce shopee. dengan menerapkan saran-saran ini, Shopee dapat meningkatkan pengalaman pengguna Shopee PayLater, menarik lebih banyak pengguna, dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
4. mungkin ada beberapa saran untuk peneliti selanjutnya yaitu pengembangan Hipotesis yang lebih spesifik dengan deskripsi: Peneliti berikutnya dapat mengembangkan hipotesis yang lebih spesifik dan terarah berdasarkan temuan awal dari penelitian sebelumnya. Dengan cara Implementasi sebagai berikut yaitu Mengidentifikasi variabel yang lebih rinci atau subkelompok dalam populasi penelitian untuk diuji lebih lanjut, Metodologi yang lebih variatif dengan deskripsi: Menjelajahi metodologi penelitian yang berbeda untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif. Dan cara mengimplementasikan Menggunakan pendekatan kualitatif jika penelitian sebelumnya bersifat kuantitatif, atau sebaliknya, serta mempertimbangkan

metode campuran (*mixed methods*) dan menggunakan sampel yang lebih besar lagi mungkin dan lebih beragam untuk menghasilkan yang lebih representatif. Dengan saran-saran ini, peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian dengan cara yang lebih mendalam, inovatif, dan aplikatif, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap bidang studi yang bersangkutan.

