

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis sesuai dengan pembahasan diatas, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian *Website quality shopee*, *Website quality* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *e-impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas suatu *website* tidak mempengaruhi konsumen dalam berbelanja secara impulsif, karena kualitas *website* dapat mempengaruhi pembelian impulsif ketika berinteraksi dengan adanya promosi penjualan.
2. Hasil pengujian *E- Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-impulse buying*. Hal ini sejalan dengan review atau ulasan yang diutarakan *customer* melalui fitur yang disediakan shopee.
3. Hasil pengujian *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-impulse buying*. Hal ini terlihat dari minat *customer* terhadap diskon yang ditawarkan shopee secara berkala. *sales promotion* berpengaruh besar terhadap pembelian secara *impulsive*, serta bisa mendorong faktor-faktor lain dalam meningkatkan pembelian secara *impulsive*.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh untuk shopee untuk meningkatkan keinginan berbelanja *customer* melalui shopee.

Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa didalam variabel *E-WOM* dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa *customer* terbukti puas dengan ulasan atau review produk dari masing-masing toko pada *marketplace* shopee, hal ini cukup menjadi pendorong dalam keputusan belanja secara *e-impulse buying*. Maka yang harus diperhatikan shopee adalah memastikan review yang diutarakan telah terfilter dengan baik, dan juga lebih memperhatikan

faktor lain dalam *e-wom* seperti *endorse* yang diulas pada sosial media karena faktor ini cukup berperan dalam keputusan berbelanja secara spontan.

Didalam variabel *sales promotion* didapatkan bahwa variable ini sangat mempengaruhi *costumer* dalam berbelanja secara impulsive. Terbukti dengan sangat antusias *user* dengan program diskon yang dijalankan *shopee* secara berkala, hal ini perlu diperhatikan *shopee* seperti meminimalisir *error* pada saat kunjungan *website* terlalu padat dalam satu waktu. Dan juga *shopee* perlu menjanjikan bahwa diskon yang diberikan sesuai dengan penawaran tanpa potongan biaya lain. *Shopee* sebaiknya juga memperhatikan faktor lain dalam bentuk penawaran promosi lainnya, dan juga *website* yang menjadi sarana *user* untuk berbelanja, agar lebih mendorong keputusan dalam berbelanja secara impulse. Terbukti dari penelitian ini variable kualitas *website* dapat mempengaruhi pembelian impulsif ketika berinteraksi dengan adanya promosi penjualan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel masih terbatas sehingga hasil masih belum bisa dijadikan acuan yang tepat dalam pembelian secara impulse. Seperti variable kualitas *website* masih belum teruji akurat dalam mempengaruhi pembelian secara impulsive.
2. Jumlah sampel yang digunakan hanya 120 orang belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu terbatas sehingga hasil

yang didapatkan belum mencerminkan situasi *impulse buying* pada shopee secara situasional.

4. Informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena tidak semua responden mendapat penjelasan secara mendetail sehingga pemahamannya tidak sama.
5. Dana yang disediakan peneliti dalam menyelesaikan peneliti ini sangat terbatas.
6. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas..

#### 5.4 Saran

Bedasarkan hasil hasil penelitian, terdapat banyak keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penelitian ini, untuk itu dalam penelitian selanjutnya diharapkan hasil penelitian yang dicapai dapat lebih baik lagi, Berikut adalah beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Disarankan untuk jumlah sampel yang menjadi responden diperbanyak lagi sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.
2. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk variabel indenpenden dapat menggunakan variabel independen lainnya untuk mengukur minat beli *costumer* secara *e-impulse buying* pada *shopee*.
3. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai tinjauan pustaka serta sebagai sumber referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Website Quality*, *Electronic Word-Of-Mouth*, Dan *Sales Promotion* Terhadap *Online Transaksi E-Impulse Buying*.

