

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam temuan yang dipaparkan sebelumnya dapat memberikan simpulan dengan cakupan berikut:

1. Promo gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* di *e-commerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa promo gratis ongkos kirim mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian tidak terencana, karena mereka merasa mendapatkan nilai lebih atau menghemat biaya pengiriman.
2. *Fashion involvment* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* di *e-commerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen dalam fashion meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif, memberikan wawasan penting bagi *e-commerce* dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif
3. *Shopping lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* di *e-commerce* Shopee. Konsumen dengan gaya hidup belanja yang aktif lebih cenderung melakukan pembelian impulsif, menunjukkan pentingnya memahami dan memanfaatkan gaya hidup belanja untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih responsif.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini dapat mencakup penyajian berikut:

1. Shopee perlu meningkatkan efektivitas promosi pengiriman gratis untuk mendorong *impulse buying* dengan strategi yang lebih menarik dan efisien. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah dengan menawarkan pengiriman gratis untuk pembelian di atas nilai tertentu. Selain itu, dapat mempertimbangkan untuk mengadakan promosi pengiriman gratis untuk produk-produk tertentu yang cenderung menjadi pilihan *impulse buying*, seperti produk sehari-hari yang sering dibeli oleh konsumen.
2. Shopee perlu meningkatkan terlibat dalam *fashion involvement* agar bisa lebih efektif dalam mendorong *impulse buying*. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memperluas dan mengagregasi ragam produk mode yang ditawarkan, termasuk pilihan dari berbagai merek terkenal dan desain eksklusif. Selain itu, memperbaiki presentasi visual produk dan deskripsi yang lebih mendetail, sehingga memudahkan konsumen untuk memahami fitur dan manfaat produk dengan lebih baik.
3. Shopee perlu terus mengembangkan strategi untuk meningkatkan *shopping lifestyle* yang dapat mempengaruhi *impulse buying*. Hal ini tidak hanya mencakup peningkatan dalam menarik minat konsumen melalui promosi dan penawaran khusus, tetapi juga menciptakan lingkungan belanja yang menarik dan memikat. Dengan memahami gaya hidup konsumen secara mendalam, Shopee dapat menyediakan rekomendasi produk relevan dan menghadirkan pengalaman belanja yang personal dan memuaskan.
4. Penelitian selanjutnya perlu mendalami topik ini dengan memasukkan variabel tambahan ke dalam analisisnya. Selain itu, penting memperluas kuantitas dan

keragaman sampel responden yang diteliti. Langkah ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang subjek yang diselidiki dan dapat meningkatkan temuan penelitian yang ada. Dengan mengadopsi pendekatan ini, penelitian di masa depan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap literatur di bidang terkait.