

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial Promosi (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap *Impulse buying* pada *e-commerce* shopee di Kota Jambi.
2. Secara parsial Gaya Hidup (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap *Impulse buying* pada *e-commerce* shopee di Kota Jambi.
3. Secara parsial Tampilan Produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* pada *e-commerce* shopee di Kota Jambi.
4. Bahwa pengaruh Promosi (X1), Gaya Hidup (X2), dan Tampilan Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* (Y) pada *e-commerce* shopee di kota Jambi.

#### **6.2 Saran**

1. Pengembangan Penelitian Lebih Lanjut

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpotensi lebih besar dalam memengaruhi perilaku *Impulse buying*, seperti aspek psikologis, tingkat kepercayaan terhadap *e-commerce*, serta dampak ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

2. Meningkatkan Personalisasi dalam Strategi Promosi

Pelaku pemasaran perlu mengembangkan strategi promosi yang lebih personal dengan memanfaatkan data pelanggan, seperti menawarkan diskon atau paket bundling yang sesuai dengan preferensi individu konsumen.

3. Optimalisasi Desain Visual dan Deskripsi Produk

Meskipun dalam penelitian ini tampilan produk tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian impulse, pemasar tetap perlu

menyajikan visual yang menarik, deskripsi produk yang informatif, serta menampilkan ulasan pelanggan untuk meningkatkan daya tarik produk.

#### 4. Menambahkan Variabel Kontekstual dalam Model Penelitian

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel kontekstual seperti intensitas penggunaan e-commerce, frekuensi berbelanja online, atau faktor situasional (misalnya waktu diskon besar seperti Harbolnas). Penambahan variabel ini dapat memperkaya model penelitian dan memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang mendorong impulse buying pada platform *e-commerce* seperti Shopee.

#### 5. Meningkatkan Pemahaman terhadap Perilaku Konsumen Lokal

Pelaku usaha *e-commerce* disarankan untuk lebih memahami karakteristik dan perilaku konsumen lokal, khususnya di Kota Jambi. Dengan mengetahui preferensi, kebiasaan berbelanja, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, strategi pemasaran dapat disusun secara lebih tepat sasaran untuk mendorong terjadinya impulse buying.