

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian serta pembahasan tentang Pengaruh *Impulsif Buying* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z pada Platform Shopee di Kota Jambi maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Pada variabel *impulsive buying* hasil penelitian menunjukkan bahwa *impulsive buying* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi *Shopee*. Responden cenderung melakukan pembelian tidak terencana, terutama saat melihat promosi dan diskon menarik. Kecenderungan ini menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan, di mana responden merasakan kepuasan emosional setelah melakukan pembelian impulsif. Oleh karena itu, strategi promosi yang diterapkan *Shopee* terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Pada variabel kualitas produk, yang mencakup fungsionalitas aplikasi dan fitur-fitur yang tersedia, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Responden menilai bahwa fitur-fitur seperti pencarian dan keranjang belanja sangat membantu dalam proses berbelanja. Meskipun terdapat beberapa keluhan terkait kelancaran aplikasi, secara keseluruhan, kualitas produk yang baik berhasil menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan dan meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *Shopee*.
3. Pada variabel kepuasan konsumen dalam penggunaan aplikasi *Shopee* berada pada tingkat yang tinggi, dengan responden menunjukkan kesediaan untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa baik *impulsive buying* maupun kualitas produk berkontribusi pada pengalaman belanja yang positif. Konsumen merasa puas dan lebih cenderung menjadi pengguna loyal yang terus menggunakan aplikasi *Shopee* di masa mendatang.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan *Shopee*

- a) *Shopee* sebaiknya terus mengembangkan strategi promosi yang menarik dan inovatif untuk mendorong perilaku impulsif. Penawaran diskon dan promosi yang relevan dapat meningkatkan frekuensi pembelian dan kepuasan konsumen. Selain itu, penting untuk mengedukasi konsumen tentang manfaat dari pembelian impulsif yang dilakukan secara bijak.
- b) Penting bagi *Shopee* untuk terus meningkatkan kualitas produk, terutama dalam hal kelancaran aplikasi dan keandalan sistem. Pengujian berkala dan pembaruan fitur harus dilakukan untuk memastikan aplikasi tetap responsif dan memenuhi ekspektasi pengguna. Meningkatkan pengalaman pengguna akan berkontribusi pada kepuasan yang lebih tinggi.
- c) *Shopee* perlu melakukan survei secara rutin untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen. Mengumpulkan umpan balik dari pengguna dapat membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Selain itu, program loyalitas dapat diperkenalkan untuk meningkatkan keterikatan konsumen dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut.