

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan penjelasan pada bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *SPaylater* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee di Kota Blitar.
2. *Flash Sale* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee di Kota Blitar.
3. *SPaylater* dan *flash sale* memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee di Kota Blitar.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, pada penelitian ini dapat diberikan saran sebagai berikut :

##### 5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Shopee sebaiknya terus mengembangkan fitur *spaylater* dengan memperhatikan aspek literasi keuangan pengguna. Edukasi mengenai penggunaan kredit digital secara bijak dapat membantu mengurangi risiko pembelian *impulsive* yang berlebihan dan menjaga loyalitas pengguna dalam jangka panjang.
2. Shopee disarankan untuk terus melakukan evaluasi terhadap jadwal, durasi, dan produk yang ditawarkan. Pengaturan strategi ini secara lebih

selektif dapat meningkatkan efektivitas promosi tanpa mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

3. Shopee dapat menyediakan fitur tambahan berupa pengingat batas pembelanjaan atau riwayat perilaku belanja bulanan. Fitur ini bisa membantu pengguna mengendalikan pembelian *impulsive* dan membangun kebiasaan belanja yang lebih sehat.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Pada peneliti selanjutnya bisa memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini yaitu dalam pengambilan jumlah sampel dan jumlah variabel bisa diperbanyak agar mendapatkan hasil yang diperoleh bisa menyeluruh.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah atau memperluas variabel dengan mengembangkan penelitian dengan menambah variabel lain seperti gratis ongkir, *viral marketing*, ataupun pengaruh ulasan produk yang dapat mempengaruhi perilaku *impulsive buying*.
3. Peneliti selanjutnya perlu memperbarui fokus kajian sesuai tren terbaru di *platform* Shopee maupun *platform* lainnya agar penelitian tetap relevan dengan kondisi terkini.