

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,756, dimana nilai koefisien regresi ini bertanda positif terhadap pembelian impulsif secara *online*. Hal ini menunjukkan semakin besar potongan harga yang diberikan maka semakin tinggi tingkat pembelian impulsif konsumen dalam pembelian *online*.
2. Pernyataan hipotesis dalam penelitian yaitu terdapat pengaruh positif antara potongan harga dan pembelian impulsif secara *online* dapat diterima. Hal ini berdasarkan hasil analisis model regresi yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

3. Berdasarkan hasil penghitungan uji determinasi, terlihat bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,571. Hal ini memiliki arti bahwa 57,1% pembelian impulsif secara *online* dapat dijelaskan oleh variabel potongan harga, sedangkan sisanya sebesar 42,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian seperti *people* dan *place* (saluran distribusi).

5.2 Saran

Saran yang bisa peneliti berikan adalah :

1. Kepada perusahaan penjualan *online* atau individu yang bertindak sebagai pemasar *online*.

Berdasarkan pembahasan hasil analisis tanggapan responden diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan setuju terhadap seluruh pertanyaan variabel, maka peneliti menyarankan kepada pemasar untuk menjaga respon yang baik ini dengan mengelola hubungan pelanggan secara baik, agar pelanggan tetap merasa puas dan senang, pemasar harus mengerti produk apa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pemasar juga harus memberikan kemudahan dalam cara pembayaran dan memberikan rasa aman kepada pelanggan dengan memberikan jaminan dan garansi produk. Selain itu, pemasar juga harus terbuka terhadap berbagai macam keluhan pelanggan.

2. Kepada pembaca

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Adanya potongan harga ini tentu membuat konsumen lebih hemat karena mengeluarkan biaya yang lebih sedikit untuk sebuah barang. Namun tidak dipungkiri dalam pembelian *online* konsumen harus berhati-hati dalam membeli produk. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga konsumen dari penipuan pihak yang tidak bertanggung jawab. Konsumen dapat melakukan pengecekan kejelasan produk toko maupun pemasar *online* dengan cara bertanya langsung kepada penjual. Cara lainnya adalah dengan membeli produk *online* dari situs-situs terpercaya dan terbukti akuntabel.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat membantu mengembangkan penelitian-penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya. Kemudian Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel bebas yang membahas aspek *people* dalam 7P yang berkaitan dengan faktor internal konsumen seperti aspek *emotional*, *hedonic*, *cognitive* maupun *affective* dalam konteks pembelian impulsif secara *online*. Peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah sampel penelitian lebih banyak untuk keakuratan data yang lebih tepat mengingat keterbatasan peneliti dalam waktu dan biaya.