

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Seperti penelitian tentang pengaruh *Website Quality*, *Flash Sale*, *Cashback* terhadap *Impulse Buying* didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *website quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Memberikan arti bahwa *website quality* dari *marketplace* Shopee tidak memiliki pengaruh terhadap *impulse buying* pada mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan.
2. Variabel *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Memberikan arti bahwa *apabila flash sale* mengalami peningkatan maka *impulse buying* pada mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan juga akan mengalami peningkatan.
3. Variabel *cashback* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Memberikan arti bahwa *cashback* dari *marketplace* Shopee tidak memiliki pengaruh terhadap *impulse buying* pada mahasiswa Universitas Nasional di Jakarta Selatan.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian, penulis menyampaikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. *Website Quality* dari Shopee kurang baik karena ternyata tidak mempunyai pengaruh terhadap *impulse buying*. Hal ini harus menjadi perhatian bagi Shopee untuk lebih meningkatkan *usefulness*, *ease of use*, *entertainment* dan *complementary relationship* sehingga diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap *impulse buying*.
2. *Flash Sale* dari Shopee sudah baik namun lebih harus meningkatkan ketersediaan barang yang tersedia pada kegiatan *flash sale* sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan *impulse buying*.

3. *Cashback* dari Shopee kurang baik karena ternyata tidak mempunyai pengaruh terhadap *impulse buying*. Hal ini harus menjadi perhatian bagi Shopee untuk lebih meningkatkan besarnya jumlah pengembalian dana, kesesuaian dengan janji dan kecepatan pengembalian dana sehingga diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap *impulse buying*.

