

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil pengkajian yang telah didapatkan dan disampaikan pada bab sebelumnya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh dan signifikan antara *e-service quality* terhadap *impulsive buying* pada pengguna Tokopedia di Kota Semarang. Selain itu, mayoritas responden menyatakan *e-service quality* di Tokopedia dikategorikan sangat baik dimana sebanyak 45 dari 100 responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan elektronik yang didalamnya termasuk fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi mobile Tokopedia tergolong sangat baik sehingga dapat memicu konsumen untuk melakukan *impulsive buying* di Tokopedia.
2. Terdapat pengaruh dan signifikan antara *sales promotion* terhadap *impulsive buying* pada pengguna Tokopedia di Kota Semarang. Selain itu, mayoritas responden menyatakan *e-service quality* di Tokopedia dikategorikan sangat baik dimana sebanyak 56 dari 100 responden menyatakan bahwa strategi *sales promotion* yang ditawarkan oleh Tokopedia tergolong sangat baik sehingga dapat memicu konsumen untuk melakukan *impulsive buying* di Tokopedia.
3. Terdapat pengaruh dan signifikan secara simultan antara *e-service quality* dan *sales promotion* terhadap *impulsive buying* pada pengguna Tokopedia

di Kota Semarang. Hal tersebut mengungkapkan bahwasannya *e-service quality* dan strategi *sales promotion* Tokopedia yang baik akan mendorong efektivitas calon konsumen untuk melakukan *impulsive buying* di Tokopedia.

4.2 Saran

Berlandaskan hasil pada kajian yang telah terlaksana, terdapat saran-saran yang dapat dikemukakan peneliti, yaitu:

1. Kajian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya adalah variabel yang diteliti. Keterbatasan yang terjadi, merupakan hal yang wajar dan tidak dapat dihindari dalam setiap penelitian. Maka dari itu, peneliti memiliki harapan kepada para pembaca agar dapat berhati-hati dalam menginterpretasikan hasil penelitian ini. Peneliti juga menyarankan agar Penelitian ini dapat ditingkatkan dengan memperluas frasa hipotesis penelitian atau dengan memasukkan lebih banyak faktor yang belum diteliti.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden yang membahas *e-service quality* di Tokopedia, terdapat nilai rata-rata terendah yaitu pada indikator kemudahan dalam melakukan pencarian produk di aplikasi mobile Tokopedia. Dalam hal ini peneliti menyarankan pada pihak pengelola aplikasi mobile Tokopedia bahwa kemudahan dalam mencari produk di Tokopedia masih belum optimal efektivitasnya. Maka sebaiknya pihak pengelola perlu memperhatikan fitur yang mengatur tentang pencarian

produk di aplikasi mobil Tokopedia yang dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk.

3. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden yang membahas *sales promotion* di Tokopedia, terdapat nilai rata-rata terendah yaitu pada indikator produk *bundling* di Tokopedia. Dalam hal ini peneliti menyarankan pada pihak pengelola aplikasi mobile Tokopedia bahwa penyediaan produk *bundling* masih sedikit sehingga belum menarik konsumen untuk melakukan *impulsive buying*. Oleh karena itu, sebaiknya pihak pengelola perlu meningkatkan ketersediaan produk *bundling* guna mendorong *impulsive buying* konsumen di Tokopedia
4. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden yang *impulsive buying* di Tokopedia, terdapat nilai rata-rata terendah yaitu pada indikator melihat langsung membeli di aplikasi mobile Tokopedia. Dalam hal ini peneliti menyarankan pada pihak pengelola aplikasi mobile Tokopedia bahwa diperlukan evaluasi kembali terkait dengan bagaimana produk-produk ditampilkan pada aplikasi mobile Tokopedia dengan tujuan yaitu mendorong konsumen untuk melakukan *impulsive buying*. Maka sebaiknya pihak pengelola perlu memperhatikan tampilan produk atau aplikasi guna mendorong konsumen untuk melakukan *impulsive buying* di Tokopedia.