

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dengan melibatkan 100 konsumen *fashion* Tokopedia dalam menguji pengaruh variabel *live commerce* dan *online customer review* terhadap *impulsive buying*, didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. *Live commerce* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Dari hasil pengujian tersebut dapat diartikan jika semakin baik dan menarik *live streaming* produk *fashion* di Tokopedia, semakin mendorong keinginan konsumen untuk melakukan *impulsive buying*. Sebaliknya, jika *live streaming* yang ditayangkan kurang menarik maka hasrat konsumen dalam melakukan pembelian impulsif akan menurun. Korelasi hubungan antara variabel *live commerce* dengan *impulsive buying* berada pada kategori yang kuat, begitu pun pada hasil rekapitulasi pada kategori yang baik, namun *live commerce* Tokopedia Play masih kurang dalam kualitas audio dan video yang tergantung pada kekuatan sinyal, keahlian host, dan letak *live streaming* Tokopedia Play yang kurang *user friendly*.
2. *Online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulsive buying*. Dari hasil pengujian didapatkan kesimpulan bahwa semakin baik *online customer review* yang diberikan oleh konsumen sebelumnya, maka

semakin mendorong keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian secara impulsif. Sebaliknya, jika *online customer review* dari konsumen buruk dan dilihat dari jumlah sedikit juga tidak *update* maka konsumen akan mempertimbangkan lagi dalam melakukan pembelian secara impulsif. Korelasi antara variabel *online customer review* dengan *impulsive buying* menunjukkan hubungan yang kuat dan rekapitulasi jawaban responden berkategori baik, namun *online customer review* pada produk *fashion* di Tokopedia masih terdapat sumber yang kurang terpercaya dan jumlah ulasan tidak *update*, sehingga konsumen kurang yakin untuk melakukan pembelian secara impulsif.

3. *Live commerce* dan *online customer review* berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap *impulsive buying*. Korelasi yang didapatkan oleh *live commerce* dan *online customer review* menunjukkan hubungan yang kuat dalam memberikan pengaruh. Akan tetapi, penilaian yang diberikan pada tindakan konsumen terkait pembelian secara tiba-tiba karena adanya paksaan yang menguasai diri juga adanya pertimbangan dalam melakukan pembelian belum memiliki penilaian yang baik.

4.2 Saran

Acuan penulis dalam menyusun saran penelitian berdasarkan pada nilai-nilai pada hasil rekapitulasi skor jawaban responden. Hasil perhitungan rekapitulasi jawaban responden menunjukkan terdapat beberapa item variabel dengan nilai rata-rata di bawah rata-rata total. Berangkat dari temuan tersebut, penulis dapat menyusun saran-saran yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis

fashion di Tokopedia. Berikut saran-saran yang dapat peneliti rekomendasikan dalam menanggapi hasil penelitian ini:

1. Berdasarkan penilaian responden, didapati beberapa indikator yang mendapat nilai di bawah rata-rata total. Beberapa item itu terkait, kualitas video dan audio *live streaming*, keakuratan informasi yang disampaikan, kredibilitas host sebagai sumber informasi terpercaya, keamanan transaksi dan ciri khas host dalam membawakan *live streaming*. Tokopedia dapat menjadikan data tersebut sebagai evaluasi kepada para pelaku bisnis *fashion* agar menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan *live streaming* produk yang lebih menarik. Tokopedia dapat melakukan analisis terkait user experience *live streaming*, dengan melakukan personalisasi konten dengan memberikan rekomendasi produk yang relevan oleh minat konsumen, memperbaiki server Tokopedia *Play* agar mampu menangani lonjakan trafik ketika *live streaming* populer biasanya pada momen puncak *flash sale* atau promosi lain sehingga konsumen dapat menikmati video dan audio dengan lancar, dan memperbarui desain UX *live streaming* pada Tokopedia dan kemudahan navigasi agar dapat digunakan oleh konsumen dengan mudah. Tokopedia dapat memfasilitasi pelatihan bagi para host *live streaming* dari setiap mitra agar dapat mendapat pengetahuan dalam melakukan *live streaming* agar lebih percaya diri dan menarik minat *audiens* untuk menonton dan melakukan pembelian.
2. Berdasarkan penilaian responden didapati beberapa indikator yang mendapat nilai dibawah rata-rata total. Item tersebut yaitu kredibilitas sumber *review* dan keterbaruan *review* pada produk *fashion*. Diperlukan peningkatan keamanan

bagi *server* Tokopedia agar *review-review* yang cenderung mengarah pada penipuan diblokir ataupun tidak lolos verifikasi *review*, hal tersebut dilakukan untuk memastikan keaslian dan relevansi *review*. Tokopedia dapat memperbarui *server* dengan mengirimkan notifikasi otomatis kepada pembeli setelah menerima produk untuk mengingatkan mereka memberikan *review*, dan juga memberi reward berupa poin atau *voucher* sebagai imbalan memberikan ulasan. Hal tersebut dapat menangani keterbaruan *review* produk agar tetap *update*.

3. Penelitian lanjutan diperlukan mengkaji hubungan antara variabel *live commerce*, *online customer review*, dan *impulsive buying*, serta faktor lain yang mempengaruhi, karena variabel tersebut masih menyumbang 53% pada penelitian ini. Selain itu, pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan pada kategori produk lain atau lokasi yang berbeda dengan cakupan yang berbeda.