

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dijelaskan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel Promosi Penjualan terhadap variabel Pembelian Impulsif.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel *User Interface* terhadap variabel Pembelian Impulsif.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan pada variabel Promosi Penjualan dan *User Interface* terhadap variabel Pembelian Impulsif.

Dari hasil kesimpulan tersebut, maka dapat diartikan bahwa pembelian impulsif secara *online* pada konsumen Blibli dapat ditingkatkan melalui adanya promosi penjualan yang terus menerus ditawarkan Blibli kepada konsumennya dan didukung oleh tampilan *user interface* pada *website* dan aplikasi Blibli yang dapat menarik minat konsumen serta mudah digunakan.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari keseluruhan pada pembahasan dan kesimpulan, peneliti mengajukan saran yang dapat bermanfaat bagi eksistensi Blibli ataupun semua pihak yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuisisioner, upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan adalah:

- a) Memberikan *voucher* gratis ongkos kirim tanpa syarat dan ketentuan yang mudah.
- b) Memberikan berbagai macam program gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia.
- c) Menawarkan potongan harga yang variatif.
- d) Memberikan *voucher cashback*, *voucher* gratis ongkos kirim, *loyalty reward*, dan bonus bagi setiap konsumen yang memenuhi ketentuan.
- e) Melakukan promosi penjualan pada jangka waktu tertentu misalnya pada saat perayaan hari besar seperti hari raya idul fitri, natal, dan tahun baru, hari kemerdekaan Republik Indonesia, dan hari besar lainnya.
- f) Meningkatkan lagi tampilan *user interface* yang lebih interaktif.
- g) Memperbaiki desain tampilan pada aplikasi dan *website* sehingga lebih mudah digunakan.
- h) Memperhatikan tata letak kontak untuk menghubungi *customer service* yang mudah ditemukan dan dihubungi untuk memudahkan pengaduan transaksi.
- i) Melakukan notifikasi secara berkala tentang kondisi dan perkembangan aplikasi dan *website*..

- j) Memperhatikan kemudahan dan kelengkapan akses informasi bagi konsumennya dengan menampilkan produk-produk favorit dan produk terlaris di halaman awal.
- k) Mendorong mitra untuk terus berinovasi menjual produk yang variatif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil keseluruhan penelitian ini, peneliti mengakui adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Maka dari itu, peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan hal-hal berikut:

- a) Penelitian ini hanya berfokus pada responden yang berdomisili di Kota Bogor serta keterbatasan sampel yang tidak mewakili seluruh populasi pengguna Blibli. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau wilayah penelitian yang lebih luas lagi dikarenakan hasil penelitian tentu dipengaruhi oleh jumlah sampel yang berbeda.
- b) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai perilaku pembelian impulsif beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya dari sumber maupun referensi yang valid.
- c) Penelitian ini berfokus pada variabel promosi penjualan dan *user interface*. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.