

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* terhadap *Impulse Buying* konsumen Shopee Mahasiswa di Kecamatan Medan Perjuangan.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* konsumen Shopee Mahasiswa di Kecamatan Medan Perjuangan.
3. *Electronic Word of Mouth* dan *Shopping Lifestyle* secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *Impulse Buying* konsumen Shopee Mahasiswa di Kecamatan Medan Perjuangan.

5.2 Saran

1. Salah satu upaya yang dilakukan *e-commerce* Shopee untuk meningkatkan konsumen melalui E-WOM diharapkan Shopee mampu meningkatkan dan juga menjaga kualitas serta dapat meyakinkan dan menjamin bahwa produk yang ada di Shopee adalah produk yang sesuai dengan gambaran/deskripsi produk, Shopee harus memperhatikan setiap ulasan negatif karena semakin banyak ulasan positif semakin mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

2. Shopee diharapkan mampu memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas terbaik.. Selain produk yang ditawarkan harus sesuai dengan selera masyarakat dan perkembangan zaman.
3. Shopee harus lebih memahami keinginan konsumen agar upaya yang dilakukan perusahaan sejalan dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Shopee harus selalu mengedepankan kepuasan pelanggannya dalam berbelanja, seperti memperbanyak diskon produk, voucher gratis ongkir ataupun biaya layanan yang terjangkau.
4. Peneliti lain yang akan melanjutkan penelitian ini dengan topik yang sama diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan baik seperti menambah variabel penelitian, menguji pengaruh variabel secara tidak langsung ,menambah jumlah sampel dalam penelitian, memilih objek penelitian yang lebih besar dari penelitian terdahulu sehingga penelitian berikutnya akan lebih sempurna.