

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS *Statistics* 23, mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Iklan, Potongan Harga, dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Artinya, semakin menarik, besar dan tinggi akan Iklan, Potongan Harga, dan Gaya Hidup, maka semakin meningkat juga pembelian impulsif.
2. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Artinya semakin menarik iklan yang diberikan, maka akan semakin meningkat juga pembelian impulsif.
3. Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Artinya semakin besar potongan harga, maka akan semakin meningkat juga pembelian impulsif.
4. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Artinya semakin tinggi gaya hidup, maka akan semakin meningkat juga pembelian impulsif.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 130 responden acak gen z pengguna aplikasi Shoppe di Kecamatan Salem, item

pernyataan pada variabel iklan indikator dapat menimbulkan perhatian merupakan indikator dengan skor terendah. Maka perlu di pastikan semua iklan yang dapat membuat konsumen memperhatikan iklan yang ditawarkan. Sehingga akan memberikan ketertarikan konsumen sehingga menimbulkan membeli.

2. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 130 responden acak gen z pengguna aplikasi Shoppe di Kecamatan Salem, item pernyataan pada variabel potongan harga indikator mengantisipasi promosi pesaing merupakan indikator dengan skor terendah. Maka perlu pastikan potongan harga yang diberikan lebih baik dari pesaing.
3. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 130 responden acak gen z pengguna aplikasi Shoppe di Kecamatan Salem, item pernyataan pada variabel gaya hidup indikator opini merupakan indikator dengan skor terendah. Maka perlu pastikan opini yang diberikan dapat membuat konsumen lebih memilih *e-commerce* shopee dari pada yang lain.
4. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan untuk memperkaya keilmuan terutama mengenai iklan, potongan harga, gaya hidup dan pembelian impulsif.