

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis maka penulis dan analisis maka penulis menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. *Affiliate marketing*, *live streaming*, dan program gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Semakin optimal penerapan ketiga strategi tersebut, maka kecenderungan *impulsive buying* konsumen di Tiktok Shop juga semakin meningkat, karena strategi tersebut mampu menarik perhatian dan mendorong keputusan pembelian secara spontan.
2. *Affiliate marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Semakin meningkat aktivitas *affiliate marketing*, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan *impulsive buying*.
3. *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Semakin meningkat kualitas dan intensitas *live streaming*, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan *impulsive buying*.
4. Program gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, yang berarti semakin sering atau menarik program gratis ongkos kirim yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan *impulsive buying*.

5.2 Saran

1. Bagi Pelaku Bisnis:

Disarankan agar pelaku usaha lebih proaktif menjalin kemitraan strategis dengan tokoh publik atau pembuat konten digital yang memiliki pengaruh kuat terhadap audiens. Selain itu, manfaatkan secara maksimal fitur siaran langsung dan program bebas ongkos kirim sebagai alat pemasaran untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan daya beli, serta mendorong terjadinya konversi pembelian secara efektif.

2. Bagi Konsumen:

Penting bagi konsumen, khususnya Generasi Z, untuk meningkatkan literasi finansial agar mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan pemahaman keuangan yang baik, konsumen akan lebih bijak dalam mengambil keputusan belanja, tidak mudah terpengaruh oleh promosi digital yang menyesatkan, serta dapat mengendalikan dorongan pembelian spontan yang berisiko terhadap kestabilan keuangan pribadi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini bisa dijadikan referensi atau pemahaman terhadap kelanjutan penelitian dengan pandangan yang lebih luas dengan mengkaitkan berbagai keilmuan dan teori yang berbeda, sehingga memiliki nilai guna bagi peneliti yang selanjutnya yang memiliki topik bahasan serupa. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi hasil perilaku *impulsive buying* sehingga hasil penelitian bisa lebih luas seperti diskon, *flash sale*, *user experience*, atau *trust* dalam platform sebagai faktor yang dapat memberikan manfaat yang lebih komprehensif bagi upaya peningkatan *impulsive buying*.