

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Mengacu pada hasil penelitian yang telah diperoleh dan analisis yang didasarkan pada teori yang berhubungan dengan pengaruh *flash sale* serta *paylater* pada pengguna Shopee di Kota Cirebon, dapat disimpulkan bahwa.

1. *Flash sale* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon. Dimensi dengan nilai terkecil adalah manfaat, hal ini mengindikasikan bahwa potongan harga yang diberikan selama *flash sale* tidak terlalu signifikan dan *flash sale* tidak dapat menjadi tempat bagi pengguna untuk mencari produk yang dibutuhkan dengan harga lebih murah sehingga program *flash sale* tidak dapat mempengaruhi perilaku konsumsi impulsif.
2. *Paylater* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon. Metode pembayaran Shopee PayLater dipilih oleh pengguna karena pendaftaran akunnya yang cepat dan sederhana, mudah digunakan, dan dapat digunakan untuk membayar berbagai jenis transaksi, seperti belanja *online*, bayar tagihan, dan pembelian paket internet. Kemudahan penggunaan dan banyaknya pembayaran transaksi yang bisa dilakukan dengan Shopee PayLater mendukung penggunaannya untuk melakukan pembelian impulsif.
3. *Flash sale* dan *paylater* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi impulsif pada pengguna Shopee di Kota Cirebon. Perilaku konsumsi impulsif dapat terjadi jika produk yang ditawarkan pada program *flash sale* menarik perhatian dan mudahnya penggunaan Shopee PayLater dalam mendukung efisiensi pembayaran transaksi.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengguna Shopee dan Shopee PayLater diharapkan memiliki rencana pengeluaran bulanan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi

finansial serta dapat memikirkan risiko yang dapat ditimbulkan dari pembelian secara impulsif.

2. Peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama dapat menggunakan variabel, dimensi, dan indikator yang tidak diteliti pada penelitian ini untuk memperoleh temuan baru mengenai perilaku konsumsi impulsif.
3. Memperluas ukuran sampel untuk memperoleh karakteristik responden dan data yang lebih beragam.
4. Melaksanakan penelitian lanjutan dengan menerapkan metode kualitatif melalui wawancara untuk mengetahui alasan dan stimulus yang dapat mendorong seseorang melakukan konsumsi impulsif.