

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada pemaparan data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting, yaitu :

1. Profesionalisme berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif produk Somethinc
2. Flash sale berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif produk Somethinc
3. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif produk Somethinc
4. Perceived value berpengaruh negatif dan signifikan dalam memoderasi hubungan antara profesionalisme streamer dan pembelian impulsif produk Somethinc
5. Perceived value berpengaruh positif tidak signifikan (tidak berperan) dalam memoderasi hubungan antara flash sale dan pembelian impulsif produk Somethinc
6. Perceived value berpengaruh negatif tidak signifikan (tidak berperan) dalam memoderasi hubungan antara kualitas produk dan pembelian impulsif produk Somethinc

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti ingin mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Somethinc perlu fokus pada peningkatan profesionalisme dan kualitas para streamer untuk mempromosikan produk mereka di Shopee live mengingat streamer menjadi faktor dalam mendorong pembelian impulsif.
2. Bagi Somethinc bisa memanfaatkan flash sale untuk mendongkrak penjualan dalam waktu singkat, namun perlu diingat bahwa terlalu sering mengadakan flash sale

dikhawatirkan konsumen akan mulai menunggu flash sale dan enggan membeli dengan harga normal. Somethinc perlu menjaga keseimbangan antara flash sale untuk boost penjualan dan mempertahankan nilai merek jangka panjang.

3. Penting bagi Somethinc untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk mereka. Perusahaan mungkin perlu untuk meningkatkan investasi dalam penelitian dan pengembangan produk. Somethinc juga perlu memastikan bahwa kualitas produk mereka dikomunikasikan secara efektif kepada konsumen. Program sampling atau tester juga bisa menjadi strategi efektif untuk menunjukkan kualitas produk.
4. Tidak cukup hanya mengandalkan beberapa strategi marketing untuk mendorong pembelian impulsif, Somethinc juga perlu memastikan bahwa produk mereka dipresepsikan memiliki nilai yang tinggi oleh konsumen.
5. Bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa di berbagai wilayah geografis untuk membandingkan perbedaan perilaku konsumen, mengingat penelitian ini dilakukan di kota Surabaya. Peneliti selanjutnya mungkin dapat mengadopsi variabel moderasi yang berbeda mengingat konsep perceived value bersifat subyektif dan mungkin sulit diukur secara akurat dan konsisten. Penelitian ini berfokus pada produk Somethinc di platform Shopee Live, hal ini membatasi generalisasi hasil untuk brand atau platform lain. Penelitian selanjutnya dapat menyelidiki kepuasan dan perilaku konsumen setelah melakukan pembelian impulsif atau menyelidiki faktor-faktor penyebab konsumen wanita di kalangan remaja dan dewasa awal cukup tertarik dengan produk kecantikan dan cenderung impulsif dalam membeli.