

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden 303 orang. Data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4 dengan beberapa analisis yang pertama uji validitas yaitu validitas muka, validitas konvergen dan validitas diskriminan. Kedua uji reliabilitas, ketiga pengujian pengaruh langsung dengan SEM, keempat pengujian pengaruh mediasi dengan SEM, dan kelima pengujian pengaruh moderasi dengan SEM.

Mengacu pada rumusan dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dapat diambil kesimpulan sebaga berikut:

1. Pengalaman belanja pelanggan *online* berpengaruh positif terhadap loyalitas sikap. Dapat diartikan bahwa semakin baik pengalaman belanja pelanggan *online* yang dirasakan saat menggunakan Shopee maka semakin tinggi loyalitas sikap pelanggan dalam melakukan pembelian.
2. Loyalitas sikap berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif *online*. Ketika pelanggan sudah percaya terhadap suatu *platform* untuk melakukan pembelian *online* maka pelanggan akan terus menerus melakukan pembelian tanpa berpikir akibatnya.
3. Loyalitas mampu memediasi secara parsial pengaruh antara pengalaman belanja pelanggan *online* terhadap pembelian impulsif *online*. Semakin loyal seorang pelanggan setelah merasakan pengalaman belanja yang sesuai keinginan maka pelanggan akan secara tidak sadar melakukan pembelian impulsif.
4. Pengendalian diri tidak memoderasi pengaruh loyalitas sikap terhadap pembelian impulsif *online*. Karena pelanggan yang memiliki pengendalian diri yang baik akan tetap melakukan pembelian impulsif

secara tidak sadar karena adanya stimulus yang kuat sehingga dapat mempengaruhinya berarti tingkat pengendalian diri pelanggan tidak mempengaruhi seberapa loyal sikap pelanggan terhadap pembelian impulsif *online*.

B. Rekomendasi

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga banyak yang perlu diperbaiki. Adapun saran penulis yang disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan / *e-commerce*

Peneliti menyarankan bagi perusahaan *e-commerce* untuk meningkatkan fitur-fitur seperti program loyalitas atau diskon bagi pelanggan yang sering melakukan pembelian, memberikan opsi pengiriman yang fleksibel dengan estimasi waktu yang jelas, serta kemudahan fitur pencarian yang kuat dengan opsi filter yang lengkap. Dengan hal ini akan meningkatkan pengalaman yang lebih menyenangkan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan agar tetap melakukan pembelian pada *platform* Shopee.

2. Bagi peneliti

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam supaya dapat mengkolaborasikan dengan penelitian yang tidak tercover oleh penelitian kuantitatif agar mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai pengalaman belanja yang pelanggan rasakan dalam proses pembelian impulsif.