

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *shopping lifestyle* dan *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Zalora. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *shopping lifestyle* dan *sales promotion* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Zalora
2. Perkembangan teknologi yang begitu pesat, memberikan segala kemudahan termasuk pada industri e-commerce, sehingga dapat membentuk perilaku gaya hidup berbelanja secara online, karena berbelanja online dinilai lebih efisien tanpa harus ke pergi ke toko dan produk langsung dalam proses pengiriman dan perilaku gaya hidup berbelanja secara online semakin meningkat ketika masa pandemik Covid-19, berbelanja online melalui e-commerce, menjadi salah satu yang diandalkan dalam memenuhi kebutuhan sehingga volume penjualan semakin meningkat, fenomena ini meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana secara online.
3. Zalora memiliki beberapa program *sales promotion* seperti voucher gratis ongkir, cashback pembelian, zalora influencer program, promo patner, promo brand, promo minimum belanja, promo harga dan kode promo, program tersebut tentunya dilakukan untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan perilaku *impulse buying*. Program *sales promotion* yang memberikan penawaran yang menarik sehingga dapat menciptakan respon positif konsumen seperti konsumen merasakan kegiatan belanja menjadi menyenangkan sehingga memungkinkan terjadinya *impulse buying*

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Zalora maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut,

1. Menyarankan kepada pihak Zalora untuk memperhatikan perilaku konsumen memperhatikan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya dalam berbelanja serta bagaimana konsumen dapat memenuhi segala keinginannya dengan menghadirkan fitur game saat berbelanja di Zalora serta menjual produk yang bermerk dan berkualitas sehingga mendorong *impulse buying* konsumen pada suatu produk
2. Menyarankan kepada pihak Shopee untuk Zalora mempertahankan Zalora Influencer Program dan meningkatkan keuntungan sebagai member Zalora Now dengan meningkatkan persentase diskon dan meningkatkan besaran cashback konsumen Zalora sehingga meningkatkan perilaku *impulse buying* konsumen pada produk Zalora

### 5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh *shopping lifestyle* dan *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Zalora, untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur kepuasan konsumen pada Zalora