

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Flash Sale* Dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna Tokopedia (Survey Pada Konsumen Toko Trendyple) dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Flashsale* yang dirasakan oleh Pengguna Tokopedia termasuk kedalam klasifikasi cukup baik. Seperti yang terlihat pada tabel rekapitulasi dimana rata-rata setiap indikator berada pada kategori cukup baik. Dari ke lima indikator terdapat indikator dengan skor tertinggi yaitu indicator *Frequency*. Sedangkan indikator terkecil yaitu indikator *Attractive Flashsale Promo*. Hal ini karena beberapa pengguna Tokopedia menyatakan bahwa *flashsale* yang dilakukan Tokopedia kurang interaktif dibanding kompetitornya. Hal ini karena Tokopedia tidak menyediakan fitur untuk memperpanjang *time spent* dan *engagement* saat melakukan *flashsale* didalam aplikasinya sehingga mengurangi daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Dibandingkan kompetitornya Shopee yang lebih unggul karena ragam produk yang lebih menarik dan tawaran harga yang lebih kompetitif. Shopee juga terus melengkapi platformnya dengan fitur yang dapat memperpanjang *time spent* dan *engagement* di dalam aplikasinya yang menjadikan daya tarik tersendiri untuk para penggunanya. Seperti fitur-fitur berbentuk *flashsale* yang di kemas dalam bentuk *flashgames* (shopee tanam, shopee capit, goyang shopee, shopee tangkap dll) sehingga lebih interaktif dibanding *flashsale* yang dilakukan oleh Tokopedia.

2. *Cashback* yang dirasakan oleh Pengguna Tokopedia berada pada klasifikasi cukup baik. Dari ke tiga indikator yaitu Jumlah Nominal, Kesesuaian dengan Kesepakatan dan Ketepatan waktu. Indikator Jumlah Nominal memiliki skor tertinggi dan indikator Ketepatan waktu mendapatkan skor terendah. Hal ini karena pengembalian dana dari Tokopedia kepada konsumen terkadang berjalan lambat atau tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Misalnya saat transaksi telah selesai namun pengguna tidak kunjung mendapatkan *cashback*. Salah satu penyebabnya dikarenakan sistem Tokopedia sering mengalami *error* seperti ditemukannya kesamaan data antara pengguna dan penjual sehingga harus dilakukan pengecekan ulang data oleh sistem. Sistem *error* ini diakibatkan karena banyaknya pengguna yang meng-akses Tokopedia dimana mereka berbondong-bondong berburu *voucher cashback* sehingga sistem menjadi *down* dan proses pengembalian dana menjadi terkendala serta tidak dapat berjalan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
3. *Impulse buying* yang dirasakan oleh Pengguna Tokopedia berada pada klasifikasi cukup baik, untuk masing – masing indikator, indikator *Spontaneity* (Spontanitas) mendapatkan skor tertinggi dan indikator *Disregard for consequences* (Ketidakpedulian akan akibat) mendapatkan nilai terendah. Hal ini karena para pengguna tokopedia ketika berbelanja tidak memikirkan akibat yang akan timbul. Asalkan keinginan dan rasa penasaran mereka terpenuhi saat itu. Hal ini mengakibatkan sering terjadi pengeluaran yang tidak terencana dan tidak jarang mengalami penyesalan setelah membeli barang karena dasar atas

pembelian tersebut hanya sebatas keinginan untuk memuaskan hati sementara, bukan menjadi sebuah kebutuhan.

4. - *Flash Sale* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* pada Pengguna Tokopedia.

- *Cashback* Berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* pada Pengguna Tokopedia.

- *Flash Sale* Dan *Cashback* berpengaruh signifikan Terhadap *Impulse buying* pada Pengguna Tokopedia

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Flash Sale* Dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna Tokopedia (Survey Pada Konsumen Toko Trendyple), penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para penggun dan perusahaan tokopedia dalam hal menjaga *Impulse Buying*:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Flash Sale* yang berada pada klasifikasi Cukup baik, maka sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan dalam mengadakan *Flash Sale* agar lebih kreatif, interaktif dan menarik para pengguna sehingga *Flashsale* Tokopedia dapat lebih unggul dari kompetitor. Hal ini bisa dilakukan dengan mengemas *flashsale* menjadi lebih menarik seperti menambah pilihan stock barang menjadi berbagai pilihan, menambah fitur-fitur baru, menawarkan program serta gimmick baru yang dapat meningkatkan *engagement* saat *flashsale*. Hal ini karena kreativitas membuat fitur baru penting dalam membangun komunikasi dengan konsumen online agar mereka tidak mudah bosan dan terus ada yang baru dan menarik. Karena

semakin banyak fitur baru dan beragam semakin meningkatkan banyak pilihan konsumen berbelanja.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Cashback* indikator ketepatan waktu berada pada indikator terendah karena terkadang sistem tidak benar-benar akurat dalam menentukan waktu sehingga terdapat keterlambatan untuk mengirimkan cashback, maka hal yang perlu diperbaiki dalam hal ini bagi pemilik tokopedia adalah dengan meningkatkan pemeliharaan web/platform nya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengupgrade kebutuhan website agar layanan hosting yang digunakan dapat sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat meminimalisir web yang *down*. Adapun bagi para pengguna diharapkan untuk menunggu setidaknya 2x24 jam sambil mengecek ovopoint secara berkala. Kemudian menghubungi layanan *Support Tokopedia* dimana biasanya mereka akan menanyakan beberapa hal seperti nomor transaksi barang dan juga alamat email yang terhubung pada akun. Kemudian mereka akan menghubungi Tim Promo dan segera memberikan informasi lanjutan. Sehingga para pengguna dapat menerima cashback dengan cepat.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Impulse Buying* indikator *Disregard for consequences* (Ketidakpedulian Akan Akibat) berada pada indikator terendah. Maka diharapkan para pengguna Tokopedia untuk mampu menahan diri dari perilaku impulsif yang dapat mengakibatkan penyesalan dikemudian waktu. Hal ini bisa dilakukan dengan lebih berkomitmen lagi ketika berbelanja, tidak membeli sesuatu hanya untuk memenuhi keinginan atau nafsu belaka yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan dengan

menetapkan daftar belanja yang benar-benar dibutuhkan sehingga dapat meminimalisir penyesalan dikemudian hari.