

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Riset bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi gratis ongkir terhadap *impulse buying* dengan *flash sale* sebagai *variable intervening e-commerce* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon dari penelitian yang telah dilakukan dapat diberi kesimpulan yaitu:

1. Secara parsial promosi gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,802 > 1,671$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menyatakan bahwa promosi gratis ongkir sangat berpengaruh terhadap *impulse buying e-commerce* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Promosi gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap *flash sale*, dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,066 > 1,671$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menyatakan bahwa promosi gratis ongkir berpengaruh kuat hubungannya terhadap *flash sale e-commerce* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. *Flash sale* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,583 > 1,671$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menyatakan bahwa *flash sale* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *impulse buying e-commerce* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Secara simultan promosi gratis ongkir secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* yang dimediasi oleh *flash sale* pada *e-commerce* Shopee. Hal , dibuktikan dengan $direct\ effect < indirect\ effect$ ($0,447 < 0,532$) dan nilai $t_{hitung} >$

tabel ($3,417 > 1,671$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa dengan dimediasi *flash sale* promosi gratis ongkir secara tidak langsung sangat berpengaruh terhadap *impulse buying e-commerce* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

5. Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon masih belum bisa menerapkan prinsip konsumsi seperti yang diajarkan dalam islam. Fenomena perilaku *impulse buying* pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon ini bertentangan dengan prinsip syariah yang hanya mengutamakan keinginan (*wants*) bukan kebutuhan (*needs*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Bagi *E-Commerce* Shopee
 - a. Frekuensi kupon gratis ongkir Shopee harus ditingkatkan lagi baik diberikan dalam bentuk *games* Shopee maupun lainnya.
 - b. Ketika tanggal istimewa tertentu seharusnya Shopee memanfaatkan peluang ini dengan mengadakan program *flash sale* dengan kuantitas yang besar juga kualitas barang yang tidak dilupakan.
 - c. Alangkah lebih baiknya Shopee menyediakan barang-barang yang berkualitas, atau bahkan mengadakan program *flash sale*. Barang-barang yang bermerk atau berkualitas bagus.

2. Bagi Konsumen

Seharusnya konsumen bisa memilah mana kebutuhan dan keinginan, terutama untuk mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah 2018 IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang sudah mempelajari bagaimana perilaku konsumsi dalam perpesktif islam, seperti :

- a. Pastikan barang tersebut betul-betul dibutuhkan atau tidak.

- b. Batasi akses *e-commerce* bila tidak akan membeli.
 - c. Mempertimbangkan fungsinya.
 - d. Dan jangan berbelanja kala sedang stress.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan meneliti tentang variabel lainnya yang mempengaruhi *impulse buying*.
 - b. Hasil riset ini dapat dijadikan sebagai acuan mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.
 - c. Dalam penelitian ini hanya mengambil responden mahasiswa ekonomi syariah pengguna Shopee. Alangkah lebih baik jika penelitian yang akan datang dapat mengambil responden dari pengguna Shopee di tempat yang belum pernah diteliti.
 - d. Dalam penelitian penulis menguji *variable intervening* menggunakan program SPSS dengan *path analysis* diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan program analisis lainnya seperti SEM (*Structural Equation Modeling*).

