

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rangkuman analisa serta pembahasan akan dilangsungkan di di penelitian, lalu didapatkan beberapa rangkuman selaku termaksud:

1. Variabel Promosi Shopee Affiliate tidak berdampak dengan signifikan atas Keputusan Pembelian Impulsif. Hal ini dapat dilihat dari diperoleh skor t_{hitung} ialah sebesar -0,351 serta koefisien regresi (β) -0,093 dengan probabilitas (p) = 0,726 maka hipotesis 1 tidak terdukung.
2. Variabel Promosi Below The Line tidak berdampak dengan signifikan atas Keputusan Pembelian Impulsif. Hal ini dapat dilihat dari diperoleh skor t_{hitung} sebesar -1,351 serta koefisien regresi (β) 0,514 dengan probabilitas (p) = 0,180 maka hipotesis 2 tidak terdukung.
3. Variabel Positive Emotion berdampak dengan konkret serta signifikan atas Keputusan Pembelian Impulsif. Hal ini dapat dilihat dari skor t_{hitung} ialah sebesar 5,094 serta koefisien regresi (β) 1,708 dengan probabilitas (p) = 0,000 dan menandakan bahwa semakin tinggi skor Positive Emotion, maka semakin tinggi Keputusan Pembelian Impulsifnya sehingga hipotesis 3 terdukung.
4. Hasil Uji F diperoleh skor F_{hitung} sebesar 68.846 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana skor probabilitas (p) \leq 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Promosi Shopee Affiliate, Promosi Below The Line, Positive Emotion secara simultan memiliki dampak yang signifikan atas Keputusan Pembelian Impulsif sehingga hipotesis 4 terdukung.
5. Nilai koefisien determinasi variabel independen Promosi Shopee Affiliate, Promosi Below The Line, dan Positive Emotion menjelaskan variabel dependen Keputusan Pembelian Impulsif sebesar 68,3%, hal ini diketahui atas

skor koefisien determinasi R Square sebesar 0,683. Sedangkan 31,7% ialah faktor-faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

B. Saran

Berdasarkan rangkuman penelitian, lalu periset menyampaikan saran termaksud:

1. Peneliti menyarankan riset selanjutnya memperluas variabel akan diteliti lalu keragaman riset sanggup kian lengkap mengingat 31,7% didampaki atas variabel lainnya yang tidak diteliti.
2. Peneliti menyarankan riset selanjutnya memperluas sampel riset diluar lingkungan akademik guna memperluas informasi yang didapatkan di penelitian.
3. Peneliti menyarankan riset selanjutnya untuk para perusahaan atau pembaca agar kedepannya dapat membuat atau merancang sebuah aplikasi belanja online seperti Shopee yang berkaitan atau berhubungan dengan Islam.
4. Peneliti menyarankan riset selanjutnya untuk para perusahaan atau pembaca yang berhasil merancang aplikasi tersebut untuk menjelaskan bagaimana cara atau langkah-langkah dalam membuat dan merancang aplikasi tersebut.