

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada Fatayat Nu Kabupaten Kudus maka didapatkan hasil kesimpulan berikut ini;

1. Kesimpulan Hipotesis yang berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan oleh penenlitan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, sebagai berikut:
  - a. *Anchor Characteristic* berpengaruh pada *perceied value* artinya *ancor characteristic* oleh pengguna pada ada saat melakukan proses pembelian *live di e-commerce* akan memberikan pengaruh pada *perceived value*.
  - b. *Online comment* tidak berpengaruh pada *perceived value* artinya *online comment* yang dilakukan oleh pengguna saat meakukan *live e-commerce* sebelum pembelian tidak berpengaruh terhadap *perceived value*.
  - c. *logistic Service Quality* berpengaruh terhadap *perceivded value* artinya *logistic service Quality* yang dilakukan ketika mengecek informasi sebelum pembelian berpengaruh terhadap *perceived value*.
  - d. *Promtion Incentive Information* tidak berpengaruh terhadap *perceived value*, artinya *promotion* yang diberikan belum terpenuhi sehingga pengguna *live e-commerce* tidak berpengaruh terhadap *perceived value*.
  - e. *Promotion time limit* berpengaruh terhadap *perceived value*, arinya promoton time limit mempunyai peran penting terhadap *perceived value* saat adanya *live e-commerce*.
  - f. *pereived value* berpengaruh terhadap *Impulsif Buying Behavior*, artinya ketepengaruhan *perceived value* sangat berpengaruh terhadap suatu proses pebelian secara *implusif buying* di *live e-commerce*.

### B. Keterbatasan

Penelitian ini tidak jauh dari kata keterbatasan peneliti, oleh karenanya peneliti memaparkan keterbatasan dalam penelitian skripsi ini;

1. Sampel dalam penelitian ini hanya 165 yang kemungkinan kurangnya responden, sehingga pengambilan belum cukup maksimal.

2. Akses yang digunakan dalam penelitian yaitu melalui kuesioner yang kemungkinan masih lebih banyak suatu responden.
3. Peneliti ini mengacu pada fatayat kabupaten kudus dan kurang menjangkau ke daerah jawa tengah.
4. Peneliti hanya menggunakan variabel yang ada dalam jurnal sebenarnya dan belum ada perubahan atau pembenahan variabel selanjutnya. perlu adanya penambahan variabel information quality. dimana informasi tersebut akan mengacu ke kualitas dari barang / produk tersebut.

### C. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka beberapa saran yang harapannya dapat menjadi pertimbangan, berikut ini;

1. Bagi para *owner e-commerce*, ada baiknya jika perusahaan dan e-commerce memberikan suatu informasi promosi yang baik seperti diskon maupun potongan harga yang batas pengambilan voucher diperpanjang.
2. Bagi Fatayat yaitu lebih mengenal tentang live e-commerce dan membeli suatu barang dengan melihat terlebih dahulu komentar online untuk review. kemudian membeli lah dengan suatu informasi yang baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menyebarkan kuesioner secara offline, dapat menambah variabel information price didalam penelitian ini, karena tidak semua informasi mempengaruhi perceived value.