

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dapat diketahui Diskon (X_1), *Flash Sale* (X_2) dan sistem Pembayaran Digital (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk di I am *Fashion Store* Kota Bengkulu. Ini berarti, meskipun diskon mungkin memberikan kesan yang baik dan mendorong sedikit ketertarikan, dampaknya secara statistik tidak cukup kuat untuk secara signifikan mengubah keputusan pembelian konsumen.
2. Flash sale terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Strategi ini efektif karena menciptakan urgensi (merasa harus buru-buru beli) dan eksklusivitas, yang secara langsung memicu pembelian impulsif. Selain itu, flash sale juga berhasil memanfaatkan fenomena "fear of missing out" (FOMO), sehingga mendorong konsumen untuk segera melakukan pembelian.
3. Sistem pembayaran digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk I am *Fashion Store* Bengkulu. Hal ini karena kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital dapat menghilangkan hambatan transaksi bagi konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Diskon (X_1), *Flash sale* (X_2) dan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital (X_3) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pembeli produk I am *Fashion Store* Kota Bengkulu, ada beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan serta saran bagi seluruh pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, teramati bahwa variabel Diskon (X_1) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk memaksimalkan dampak diskon, I Am *Fashion Store* Bengkulu sebaiknya menekankan besarnya diskon yang ditawarkan, karena itu sangat menarik perhatian konsumen. Namun, karena diskon saat ini belum mendorong pembelian dalam jumlah besar, pertimbangkan untuk menganalisis dan menyesuaikan jenis diskon agar lebih efektif. Diskon juga baiknya dikombinasikan dengan promosi atau penawaran eksklusif lain untuk mendorong pembelian lebih banyak produk.
2. Flash sale sangat berhasil dalam menarik minat dan memuaskan konsumen berkat daya tarik penawaran dan diskonnya. Namun, ada peluang untuk lebih mengoptimalkan strategi ini. Meskipun toko sudah memiliki banyak pelanggan setia, penting untuk memastikan flash sale tetap terasa sangat istimewa dan memberikan nilai tambah yang jelas dibanding hari biasa, tidak hanya mengandalkan loyalitas. I Am *Fashion Store* Bengkulu disarankan untuk terus fokus pada penawaran flash sale yang sangat menarik dan memuaskan,

sekaligus memperkuat diferensiasi flash sale agar benar-benar mendorong minat pembeli baru dan lama, bukan hanya karena toko sudah populer.

3. I Am *Fashion* Store Bengkulu telah berhasil menyediakan sistem pembayaran digital yang baik dan aman, terbukti dari banyak konsumen yang pernah menggunakannya. Namun, karena sebagian konsumen masih belum memilih pembayaran digital dibanding tunai, disarankan untuk terus memastikan keamanan dan kemudahan sistem ini. Penting juga untuk memahami alasan preferensi tunai dan memberikan edukasi atau insentif untuk mendorong adopsi digital, tanpa menghilangkan kenyamanan opsi tunai.