

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Discount, Digital Marketing dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian di Shopee , dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Discount terhadap Keputusan Pembelian di Shopee .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.
4. Terdapat pengaruh signifikan Discount, Digital Marketing dan Live Streaming secara bersama terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Variabel Discount: Berdasarkan hasil tanggapan responden, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan nomor 3 yaitu "Melihat potongan harga dari label resmi membuat saya merasa sedang memperoleh tawaran yang menarik" dengan skor rata-rata sebesar 3,94. Oleh karena itu, disarankan

agar pihak Shopee atau penjual lebih memaksimalkan lagi tampilan atau penegasan label Discount resmi pada produk. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memperjelas informasi label Discount, menampilkan desain visual yang lebih menarik, serta mengoptimalkan metode pembayaran seperti Cash on Delivery (COD) yang digabungkan dengan voucher Discount, agar konsumen merasa lebih percaya dan tertarik terhadap tawaran Discount yang diberikan.

2. Variabel Digital Marketing: Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan dengan rata-rata terendah adalah pernyataan ke-4 yaitu "Pengeluaran untuk membeli produk secara online melalui digital marketing, seperti di Shopee umumnya lebih rendah dibandingkan dengan berbelanja di toko fisik" dengan rata-rata sebesar 4,04. Oleh karena itu, disarankan agar pihak Shopee atau penjual lebih meningkatkan strategi pemasaran digital yang mampu memberikan keuntungan harga yang lebih jelas dibandingkan dengan toko fisik. Misalnya, dengan memberikan informasi yang lebih transparan terkait efisiensi biaya, gratis ongkir, atau potongan harga eksklusif bagi pengguna aplikasi Shopee agar persepsi konsumen terhadap efektivitas digital marketing semakin meningkat.
3. Variabel Live Streaming: Berdasarkan tabel tanggapan responden, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan nomor 3 yaitu "Informasi yang saya dapatkan melalui digital marketing Shopee mengenai produk sangat tepat dan sesuai" dengan skor rata-rata sebesar 3,90. Oleh karena itu, disarankan agar dalam fitur Live Streaming, penjual

atau influencer dapat memberikan informasi produk yang lebih jelas, akurat, dan sesuai dengan kenyataan. Penjual diharapkan lebih interaktif saat melakukan Live Streaming, menjelaskan detail produk secara menyeluruh, serta menunjukkan produk secara real-time agar kepercayaan konsumen terhadap informasi yang disampaikan semakin meningkat.