

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan peneliti, dapat disimpulkan bahwa *live shopping* melalui aplikasi tiktok shop merupakan bentuk baru dari belanja *online*. Karena *live shopping* menawarkan pengalaman belanja *online* yang lebih interaktif dengan video secara *virtual*, proses kegiatan ini diawali dengan publikasi melalui Tiktok Shop, dan promosi dilakukan melalui tanggal cantik atau *flash sale*. Selain itu, belanja *real-time* lebih menyenangkan bisa dimana saja dan kapan saja dibandingkan dengan toko *offline*. Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan data serta hasil yang telah dilakukan. Berikut kesimpulan yang diperoleh, yaitu :

1. Interaksi yang telah dilakukan cukup membantu konsumen pada saat *live shopping* dilakukan dan menerima lebih banyak informasi di setiap peluncuran produk ketika ditampilkan.
2. Adanya *review* barang yang dilakukan oleh konsumen kepada produk yang dibelinya, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan Tiktok Shop dan membuat konsumen tidak ragu merekomendasikan ketika ingin berbelanja lagi di lain hari.
3. Konsep *User Experience* (UX) dengan tampilan aplikasi yang simpel, minimalis, dan mudah diakses memudahkan konsumen dalam memilih produk. Selain itu, *User Interface* (UI) yang

dilengkapi dengan fitur keranjang kuning saat promosi mempermudah konsumen untuk langsung checkout barang yang diinginkan. Keseluruhan pengalaman berbelanja melalui fitur Live Shopping di aplikasi Tiktok Shop memberikan kepuasan bagi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengalaman berbelanja di aplikasi tiktok shop melalui fitur *live shopping*. Peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran berharap untuk memberikan saran kepada peneliti agar penelitian selanjutnya yang serupa lebih baik lagi. Adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan untuk meningkatkan lagi kesempurnaan pada fitur Tiktok Shop agar lebih mudah mengakses berbelanja dan sistem penjualannya. Dan untuk pembuatan konten video Tiktok, lebih diperhatikan lagi dengan menggunakan tripod agar tidak shaking dan menggunakan pencahayaan yang bagus supaya hasil konten video Tiktok tersebut hasilnya maksimal.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa. Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini yaitu, diharapkan untuk membahas permasalahan dalam media sosial lainnya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pada peneliti selanjutnya juga agar

dikembangkan dan lebih memperdalam lagi hasil dari penelitian yang sudah dibuat.

