

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai diskon, *flash sale* sebagai variabel, *live shopping*, dan keputusan pembelian, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Diskon secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *The Originote* di Shopee. Hal ini dapat diartikan bahwa diskon yang diberikan pada semua jenis produk *The Originote* akan mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian.
2. *Flash sale* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *The Originote* di Shopee. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur *flash sale* yang tersedia pada *e-commerce* Shopee dengan jumlah stok yang cukup banyak dapat mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian.
3. *Live shopping* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *The Originote* di Shopee. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur *live shopping* di Shopee membantu konsumen mengetahui produk baru yang dijual *The Originote*, selain itu *host* atau pembawa acara memberikan informasi secara detail yang dapat mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian.

4. Secara simultan dapat diartikan bahwa diskon, *flash sale*, dan *live shopping* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *The Originote* di *e-commerce* Shopee. Hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian bahwa keputusan pembelian produk *The Originote* di Shopee dipengaruhi oleh variabel diskon, *flash sale*, dan *live shopping*.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu diskon, *flash sale*, *live shopping*, dan keputusan pembelian pada brand *The Originote* di aplikasi Shopee, maka beberapa saran yang peneliti dapat sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *e-commerce* Shopee untuk memberikan diskon yang bermanfaat bagi para konsumen dan tidak merugikan perusahaan. Untuk itu *The Originote* harus memperhatikan kembali besarnya diskon yang di berikan agar konsumen merasa puas dengan promosi diskon yang di berikan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *e-commerce* Shopee untuk melakukan *flash sale* karena memberikan banyak keuntungan kepada konsumen tidak hanya menyediakan harga yang lebih murah tetapi juga banyak menyediakan *bundle* produk yang berupa paket hemat, *voucher* diskon dan gratis ongkos kirim. Untuk itu *The Originote* harus memperhatikan kembali

waktu *flash sale* yang di berikan agar konsumen dapat melakukan pembelian dan merasa puas dengan promosi *flash sale* yang di berikan.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *e-commerce* Shopee untuk melakukan *live shopping* dengan memberikan informasi secara detail mengenai manfaat produk *The Originote* sangat bermanfaat bagi para konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini *The Originote* harus memperhatikan kembali untuk melakukan *live shopping* di berbagai *platform e-commerce* agar jangkauan konsumen lebih luas.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, seperti menambahkan variabel harga, citra merek, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, dan sebagainya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya wawasan pengetahuan, serta dapat melengkapi literatur mengenai pengaruh diskon, *flash sale*, dan *live shopping* terhadap keputusan pembelian pada *brand The Originote* di Shopee.