

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa kesimpulan dan saran yang telah ditemukan oleh peneliti.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas tentang Fenomenologi Motivasi Belanja *Online Fashion* di *Shopee* pada Generasi Z Perempuan di Desa Jatiwangi, maka diperoleh kesimpulan sebagai hasil dari penelitian. Dari hasil wawancara bersama informan, peneliti menemukan bahwa motif tujuan (*In Order to motive*) yang mempengaruhi Generasi Z Perempuan Desa Jatiwangi belanja *online fashion* di *Shopee* di Toko *Lea Store* adalah karena *trend fashion* yang lebih menarik dan menghemat biaya dan estimasi waktu. Faktor motif sebab (*because of motive*) yang mempengaruhi Generasi Z Perempuan di Desa Jatiwangi belanja *online fashion* di *Shopee* di Toko *Lea Store* adalah karena *fashion yang up to date*, deskripsi produk yang dijualnya dan barang bisa di retur.

#### **5.2 Saran**

##### **1. Saran Praktis**

*Shopee* merupakan salah satu aplikasi jual beli online terbesar di Indonesia dengan jumlah pengguna yang banyak. *Shopee* harus meningkatkan pelayanan mereka, terutama dalam segi kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Karena mayoritas pengguna dari *Shopee* adalah merupakan perempuan berusia 18 – 22 tahun disebut juga generasi Z. Memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi, terutama dalam proses pembayaran maupun pemilihan produk akan memberikan kepuasan bagi pengguna aplikasi *Shopee*.

##### **2. Saran Teoritis**

Penelitian ini dapat digunakan kembali sebagai referensi bagi peneliti berikutnya. Namun, peneliti sadar bahwa penelitian yang dilakukan ini jauh dari kata sempurna dan mungkin tidak bisa digunakan untuk penelitian secara berkelanjutan, karena seiring dengan zaman yang semakin berkembang referensi

penelitian akan selalu berubah. Maka dari itu, saran dari peneliti untuk penelitian berikutnya seperti *electronic word-of-mouth*, citra Perusahaan dan keputusan pembelian. Kemudian, penelitian ini juga dapat dijadikan untuk referensi pada objek penelitian serupa seperti Lazada, JD.id, Tokopedia, atau Buka Lapak.

