

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 99 responden mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur yang pernah menggunakan fitur Shopee Live lebih dari satu kali serta menggunakan voucher discount dan/atau voucher gratis ongkir, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Voucher Discount berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pemberian potongan harga selama sesi siaran langsung melalui fitur Shopee Live efektif dalam menarik perhatian mahasiswa serta mendorong mereka untuk segera melakukan keputusan pembelian.

2. Voucher Gratis Ongkir berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

Pemberian insentif berupa bebas biaya pengiriman memberikan manfaat ekonomi yang secara langsung dirasakan oleh konsumen. Mayoritas responden menyatakan bahwa keberadaan voucher gratis ongkir pada fitur Shopee Live mendorong mereka untuk segera menyelesaikan proses transaksi.

5.2. SARAN

1. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel Voucher Discount, besar potongan harga adalah tolak ukur konsumen untuk membuat keputusan pembelian pada fitur shopee *livestream*, oleh karena itu, shopee atau fitur shopee *livestream* disarankan untuk memberikan discount yang besar untuk menunjang pemasaran dari shopee atau shopee *livestream* itu sendiri.

2. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel Voucher Gratis Ongkir, tindakan adalah aspek paling penting untuk konsumen, maka dari itu konsumen harus cermat dan cepat saat membuat keputusan pembelian kepada barang yang hendak dibeli melalui shopee livestreaming setelah mendapatkan gratis ongkir.
3. Adapun sisa variasi sebesar 35,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini, seperti peran influencer, kualitas interaksi selama siaran live, atau trust terhadap penjual.
4. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mempertimbangkan variabel lain seperti peran influencer, kualitas interaksi selama siaran live, atau trust terhadap penjual sebagai faktor yang mungkin juga memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek studi di luar mahasiswa untuk memperoleh generalisasi hasil yang lebih luas.