

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Variabel *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia (Studi pada pengguna *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia di Kota Padang).
2. Variabel *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia (Studi pada pengguna *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia di Kota Padang).
3. Variabel *live streaming* dan *flash sale* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia (Studi pada pengguna *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia di Kota Padang).

#### **5.2 Saran**

Untuk memenuhi referensi penelitian selanjutnya, beberapa saran berikut ini semoga dapat dipertimbangkan :

- a. Disarankan bagi *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia dalam meningkatkan penjualan, sebaiknya lebih sering mengadakan *live streaming* dengan penawaran khusus yang hanya bisa didapatkan saat acara berlangsung. Selain itu, memberikan tambahan insentif seperti cashback, voucher diskon, atau hadiah gratis bagi pembelian dalam jumlah tertentu juga dapat meningkatkan minat pembeli. Strategi ini sesuai dengan hasil TCR tertinggi pada variabel *live streaming* dengan pernyataan diskon yang diberikan saat *live streaming*,

seperti gratis ongkos kirim atau pengurangan harga membuat saya tertarik membeli produk sebesar 86,66%

- b. Disarankan bagi *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia untuk memperbanyak sesi *flash sale* dengan diskon besar dalam durasi terbatas agar konsumen merasa lebih terdorong untuk segera berbelanja. Selain itu, strategi bundling produk dengan harga lebih hemat dapat menjadi solusi untuk meningkatkan nilai transaksi. Agar lebih efektif, promosi *flash sale* juga sebaiknya didukung dengan pengingat berupa notifikasi, countdown timer, atau kampanye di media sosial agar pelanggan tidak melewatkan kesempatan tersebut. Strategi ini sesuai dengan hasil TCR tertinggi pada variabel *flash sale* dengan pernyataan Program *flash sale* membantu saya menghemat biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli produk sebesar 84,5% .
- c. Disarankan bagi *e-commerce* TikTok Shop Tokopedia untuk dapat memaksimalkan kampanye promosi menjelang tanggal-tanggal spesial dengan menawarkan diskon eksklusif. Strategi lain yang bisa diterapkan dengan merancang pemasaran secara bertahap agar antusiasme terhadap promo semakin meningkat. Dengan pendekatan ini, TikTok Shop Tokopedia dapat mengoptimalkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan untuk berbelanja. Strategi ini sesuai dengan hasil TCR tertinggi pada variabel keputusan pembelian dengan pernyataan Saya melakukan pembelian pada waktu tertentu saat diskon besar-besaran, seperti saat tanggal kembar (12.12) sebesar 86%.
- d. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti tanggapan pelanggan, rating produk, cara pembayaran, dan sebagainya agar hasil penelitian mendatang lebih baik.