

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan analisis mengenai efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang), maka penulis mengambil kesimpulan bahwa, dari hasil koefisien Korelasi dari nilai r sebesar 0,757 yang menunjukkan bahwa antara Promo *Even Shopee Flash Sale* dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif yaitu semakin meningkatnya efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* maka keputusan pembelian juga akan meningkat. berdasarkan uji t , Efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,467 > 1,996$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari analisis regresi didapatkan nilai sebesar 0,634 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* Tanggapan responden mengenai efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* terhadap keputusan pembelian dapat dikatakan sangat baik atau sangat setuju, dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan efektivitas Promo *Even Shopee Flash Sale* sebesar 4,75 dan hasil nilai rata-rata pernyataan keputusan pembelian yaitu 4,41. hal ini menyatakan bahwa Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang memberikan efektivitas yang sangat baik terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, penulis akan memberikan beberapa saran. Shopee sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kembali promo yang ada dari *Even Shopee Flash Sale* dari kualitas, harga, voucher yang telah diberikan agar setiap konsumen yang telah

membeli produk di shopee memberikan pengaruh yang positif. Karena apabila Promo *Even Shopee Flash Sale* terhadap keputusan pembeli buruk maka calon pembeli tidak akan tertarik untuk menggunakan shopee sebagai media berbelanja online lagi. Shopee sebaiknya lebih memperhatikan promo yang akan di keluarkan terutama dalam aspek harga dan kualitas produk yang ada saat Promo *Even Shopee Flash Sale* berlangsung agar konsumen dapat memberikan kepercayaan yang lebih kepada Promo *Even Shopee Flash Sale* ini sebagai *event* untuk melakukan transaksi pembelian sehingga promo tersebut berjalan dengan sangat efektif. Penulis menyarankan kepada peneliti agar jika ini melakukan penelitian yang serupa pada penelitian selanjutnya supaya dapat menambahkan variabel lain dan memperbanyak sampel penelitian.