

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sebagaimana terkait penganalisaan yang dilakukan terkait pada bab sebelumnya, disertakan dengan teori – teori juga konsep yang mendukung pada penganalisaan penelitian ini berupa dengan judul promosi penjualan, *flash sale*, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa program studi manajemen *platform e-commerce* tiktok shop. Maka terkait penelitian ini penulis menarik sebuah kesimpulan yang berarti bahwa :

1. Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa program studi manajemen Unas *platform e-commerce* tiktok shop yang ditunjukkan dengan pembuktian hipotesis, dengan demikian bahwa semakin sering melakukan promosi penjualan akan semakin meningkatkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa program studi manajemen Unas *platform e-commerce* tiktok shop dengan pembuktian hipotesis, dengan demikian bahwa semakin sering melakukan *flash sale* akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian pada tiktok shop.
3. Gratis Ongkir berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa program studi manajemen Unas pada *platform e-commerce* tiktok shop yang sesuai dengan pembuktian hipotesis, dengan demikian bahwa konsumen untuk membeli sebuah produk ada faktor lain tidak hanya menunggu gratis ongkir untuk melakukan keputusan pembelian pada *e-commerce*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran – saran yang dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut :

- a. perusahaan harus memperhatikan promosi penjualan, dan harga dari produk yang dijual menyesuaikan harga produk sesuai dengan pangsa pasar, perusahaan harus mengikuti pergerakan harga pesaing untuk mengatur strategi apabila konsumen akan membeli produk dari pesaing karena harga yang di berikan lebih terjangkau.

Mengingat banyaknya pesaing produk yang serupa dengan harga yang lebih terjangkau.

- b. perusahaan harus lebih berfikir dalam melakukan promosi pada aplikasi tiktok, supaya produk tersebut dapat dikenal luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Misalnya, dengan membuat program *flash sale* yang menarik para konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. perusahaan harus meningkatkan program potongan harga pengiriman kepada konsumen, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli jika mendapatkan gratis ongkir, dan untuk peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini, untuk meningkatkan hasil penelitian, diharapkan dapat menambahkan atau memperluas variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini, untuk membuktikan dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan dapat menutupi kekurangan dari penelitian ini.

