

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada kajian terkait “Pengaruh Intensitas *Live stream*, Kualitas Konten Visual, dan Insentif Diskon terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z pada TikTok Shop di Universitas Nasional”, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Intensitas *Live stream* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini mengindikasikan bahwa frekuensi siaran langsung, durasi yang memadai, serta interaksi real-time antara penjual dan konsumen mampu meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan Generasi Z untuk melakukan pembelian. Semakin intens dan interaktif *live stream* yang dilakukan, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk memiliki minat beli.
2. Variabel Kualitas Konten Visual juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa tampilan produk yang jelas, menarik, kreatif, dan informatif mampu membentuk persepsi positif serta meningkatkan keyakinan konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Kualitas visual yang baik menjadi faktor penting dalam menarik perhatian Generasi Z yang cenderung responsif terhadap stimulus visual.
3. Insentif Diskon terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa potongan harga, promo terbatas waktu, serta informasi diskon yang jelas mampu menciptakan persepsi keuntungan dan rasa urgensi. Faktor ini mendorong konsumen untuk lebih cepat dalam membentuk niat untuk membeli produk yang ditawarkan.
4. Secara simultan, Intensitas *Live stream*, Kualitas Konten Visual, dan Insentif Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat beli konsumen Generasi Z pengguna TikTok Shop di Universitas

Nasional. Kombinasi interaksi langsung, tampilan visual yang menarik, serta strategi promosi harga terbukti efektif dalam membentuk minat beli dalam konteks social commerce.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dalam penelitian ini mengenai pengaruh intensitas *live stream*, kualitas konten visual, dan insentif diskon terhadap minat beli konsumen Generasi Z pada TikTok Shop di Universitas Nasional, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Karena intensitas *live stream* terbukti berpengaruh terhadap minat beli, maka pelaku usaha sebaiknya lebih rutin dan konsisten dalam melakukan siaran langsung. *Live streaming* tidak hanya sekadar menawarkan produk, tetapi juga membangun interaksi yang hangat dan komunikatif dengan penonton. Semakin aktif dan responsif host dalam menjawab pertanyaan atau memberikan penjelasan, maka semakin besar peluang konsumen untuk tertarik membeli.
2. Kualitas konten visual juga terbukti berpengaruh signifikan, sehingga pelaku usaha perlu lebih memperhatikan tampilan produk yang dipromosikan. Mulai dari pencahayaan, kejernihan gambar, hingga cara penyampaian informasi harus dibuat semenarik dan sejelas mungkin. Konten yang rapi, kreatif, dan mengikuti tren akan lebih mudah menarik perhatian Generasi Z yang cenderung menyukai tampilan visual yang estetik dan informatif.
3. Terkait insentif diskon yang berpengaruh terhadap minat beli, penjual dapat memanfaatkan strategi promo seperti diskon terbatas waktu, voucher khusus saat live, atau penawaran eksklusif lainnya. Namun, pemberian diskon tetap perlu diperhitungkan dengan baik agar usaha tetap berjalan secara sehat dan tidak hanya mengejar peningkatan penjualan sesaat.