

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai mengenai penggunaan TikTok Shop terhadap sikap pembelian impulsif pada mahasiswi DKI Jakarta, terdapat kesimpulan bahwa didapati pengaruh antara guna TikTok Shop dengan sikap pembelian impulsif.

1. Pemenuhan informasi melalui penggunaan media sosial dan fitur TikTok; TikTok Shop dalam konteks penggunaan media yang sesuai pada konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi dengan pengguna. Kesesuaian tersebut memengaruhi sikap pembelian impulsif mahasiswi di DKI Jakarta pada produk perawatan wajah dan badan lokal, Somethinc. Aspek yang paling berperan dalam sikap pembelian impulsif merupakan aspek afektif atau emosi mahasiswi di DKI Jakarta, ditandai dengan perasaan suka, puas, dan senang setelah membeli produk Somethinc melalui TikTok Shop.
2. Fitur TikTok Shop menjadi opsi berjualan yang tepat, ditandai dengan terdapatnya aspek yang memengaruhi sikap pembelian spontan pada mahasiswi di DKI Jakarta. Adapun fitur dalam Tiktok Shop dapat memengaruhi **aspek kognitif atau pengetahuan** mahasiswi mengenai informasi produk yang dibutuhkan mahasiswi DKI Jakarta selaku pelanggan Brand Somethinc. Hal ini meliputi informasi yang dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian, seperti harga, komposisi, hingga bentuk kemasan produk.
3. Penggunaan fitur pada TikTok Shop oleh Brand Somethinc sudah terlaksana sesuai dengan fungsi media sosial. Hal ini ditandai dengan penggunaannya yang dapat memengaruhi **aspek afektif atau emosi** dalam sikap pembelian impulsif mahasiswi DKI Jakarta. Diukur dari seberapa suka, puas dan senang mahasiswi DKI Jakarta sebagai pembeli produk Somethinc terhadap harapan yang terpenuhi mengenai produk Somethinc.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

a. Saran Praktis

Berjualan melalui fitur TikTok Shop dapat menjadi salah satu pilihan yang tepat. Seperti diadakannya sesi siaran belanja langsung atau *live shopping* agar semakin memperluas pasar penjualan. Sesi siaran ini dapat pula dikembangkan dengan memberikan gaya konten yang khas seperti menggunakan musik yang sedang hits, interaktif, *gimmick* unik sehingga menarik konsumen baru maupun lama. Di samping itu, terdapat saran bagi mahasiswi untuk menggunakan media sosial TikTok Shop secara bijak. Pembelian tanpa perencanaan dapat berakhir dengan rasa menyesal dan keborosan. Serta, penggunaan TikTok Shop dapat menjadi opsi berjualan baik secara *hard-selling* maupun *soft-selling* yang didukung dengan cara penjualan yang cerdas, unik, dan menggunakan berbagai fitur pada TikTok.

b. Saran Akademis

Pada penelitian selanjutnya, peneliti berharap akan ada kajian mengenai aspek lain yang tidak terdapat pada penelitian ini seperti sosial dan ekonomi. Sudut pandang dan penelitian lainnya sehingga dapat menghasilkan hasil ilmu dan variabel yang lebih terbarukan. Hal ini mengingat bahwa media masih dapat berkembang dengan fungsi yang mungkin tak akan sama pada hari ini penelitian dicanangkan. Alangkah baiknya, penelitian selanjutnya juga dapat meneliti dan melebarkan cakupan penelitiannya agar tidak hanya berada di wilayah DKI Jakarta, melainkan dapat pula dilakukan di wilayah lain bahkan di generasi selanjutnya.