

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan yang didapat merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan hasil dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS23, maka peneliti menyimpulkan :

1. Karakteristik responden yang berjumlah 55 terdiri atas laki-laki dan perempuan yang merupakan sampel dari penelitian kepada Karyawan Bursa Efek Indonesia di Jakarta Selatan. Rata-rata responden tersebut lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan rata-rata usia 23-25 tahun dan rata-rata pendapatan di atas 4.000.000 yang ada di divisi Sumber Daya Manusia.
2. Dari hasil perhitungan uji korelasi antara kedua variabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi tersebut menyatakan hubungan yang “Kuat” maka dapat disimpulkan bahwa sehubungan antara variabel X (Promosi *Flash Sale*) di Aplikasi Shopee Indonesia dengan variabel Y (Perilaku Konsumen) untuk Karyawan Bursa Efek Indonesia memiliki hubungan yang kuat (baik), artinya dari variabel X pesan dalam promosi tersebut diterima oleh khalayak dan menjadi tertarik untuk membeli produk yang ada di promosi *Flash Sale*. Sedangkan dari variabel Y konsumen menyampaikan tanggapannya karena produk yang ditawarkan pada promosi *Flash Sale* sesuai dengan kebutuhan konsumennya.
3. Berdasarkan hasil analisis yang didapatkan dari uji korelasi menggunakan SPSS23 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (Promosi *Flash Sale*) dan variabel Y (Perilaku Konsumen) variabel tersebut harus dipisah terlebih dahulu setelah itu dihitung, lalu kemudian dapat disimpulkan apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak. Karena terdapat ketergantungan dari variabel yang satu dengan lainnya sehingga dapat dikatakan variabel X dan Y berpengaruh.
4. Di lihat dari uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan pengaruh Promosi *Flash Sale* di Aplikasi Shopee Indonesia terhadap Perilaku Konsumen, survei pada Karyawan Bursa Efek

Indonesia. Maka dapat disimpulkan Perilaku Konsumen di Bursa Efek Indonesia (variabel Y) ditentukan dari pengaruh Promosi *Flash Sale* (variabel X) melalui aplikasi Shopee, dan sisanya ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian, misalnya pengaruh dari iklan promosi di media televisi, media luar ruang dan mulut ke mulut (*word of mouth*).

5. Maka, Promosi *Flash Sale* telah meningkatkan kesadaran untuk Karyawan Bursa Efek Indonesia terhadap perilaku konsumen. Karena, beberapa faktor yaitu promosi tersebut bersifat Informatif, mengingatkan, dan membujuk kepada konsumen. Mereka para Karyawan Bursa Efek Indonesia dapat memahami dan tertarik untuk menggunakan Shopee. Dampaknya, mereka terpengaruh untuk mengenal dan menyadari adanya Promosi *Flash Sale* yang ada di aplikasi Shopee. Lalu, sebagian dari mereka menindaklanjuti dengan mengikuti promosi *Flash Sale* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui produk yang ditawarkannya melalui promosi tersebut.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan berjudul “Pengaruh Promosi *Flash Sale* di Aplikasi Shopee Indonesia terhadap Perilaku Konsumen” survei pada perilaku konsumen Karyawan di Bursa Efek Indonesia terhadap promosi *Flash Sale* di Shopee, maka peneliti memberikan saran yaitu :

1. Promosi *Flash Sale* di Shopee memiliki pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat. Sehingga dalam memasarkan produknya, Shopee dapat terus melakukan strategi *marketing* menggunakan iklan di media sosial. Karena dengan iklan Shopee yang tetap ada secara terus menerus mampu menjadi *reminder* bagi masyarakat dan mempertahankan eksistensi mereka.
2. Pengalaman dari Karyawan BEI yang pernah mengikuti promosi *Flash Sale* di Shopee ternyata bisa dijadikan sebagai acuan konsumen sebelum mengikuti promosi tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya Shopee menjadikan *testimoni customer* untuk dijadikan strategi *marketing* agar calon konsumen melakukan keputusan pembelian setelah melihat *testimoni customer* melalui promosi tersebut seperti membuat video pendek di media sosial mengenai pengalaman

berbelanja di Shopee dan video terbaik akan mendapatkan hadiah berupa produk yang ditawarkan melalui *Flash Sale*. Hal tersebut belum menjadi perhatian dari pihak Shopee.

