

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran terkait dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi *Flash Sale* Lazada Terhadap Tingkat Perilaku Konsumen”.

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan yang didapat dari hasil; penyebaran kuesioner dan kemudian diolah menggunakan SPSS 23, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara promosi “*flash sale*” dengan perilaku konsumen memiliki hubungan yang sedang, yang dimaksud dari hubungan yang “sedang” adalah memiliki hubungan yang tidak kuat dan tidak rendah. Dari uji koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa promosi “*flash sale*” Lazada mempengaruhi perilaku konsumtif dengan porsi 29,5% yang berarti memiliki angka yang rendah dan kecil pengaruhnya. Sedangkan sisa 70,5% dipengaruhi oleh promosi-promosi lainnya yang dilakukan oleh Lazada atau penyebaran promosi melalui media lain selain Instagram, seperti word of mouth.
2. Berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara promosi “*flash sale*” Lazada terhadap perilaku konsumtif. Promosi “*flash sale*” yang diadakan oleh Lazada telah mempengaruhi konsumerisme dari responden (*followers*) terhadap berbelanja online dikarenakan beberapa faktor, yaitu harga yang murah, stok barang yang terbatas, dan waktu yang terbatas.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Promosi *“Flash Sale”* Lazada Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif” dengan survei terhadap *followers* Instagram Lazada, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. **Akademis**, dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi sehingga meningkatnya keingintahuan para mahasiswa terhadap pengaruh yang timbul di masyarakat. Pada saat ini, mahasiswa sedang tertarik dengan para perusahaan *e-Commerce* seperti Lazada. Maka dari itu, perusahaan Lazada diharapkan memberikan kemudahan dan jalan bagi mahasiswa atau pelajar yang ingin melakukan penelitian.
2. **Praktis**
 - a. Lazada diharapkan untuk menambah sering mempromosikan *“Flash Sale”*, memberitahukan konsumen saat *“Flash Sale”* akan dimulai, memberikan informasi mengenai produk yang akan diikuti sertakan dalam *“Flash Sale”* (menampilkan profil produk satu persatu).
 - b. Lazada diharapkan untuk meningkatkan kualitas produk yang akan diikutsertakan dalam *“Flash Sale”*.
 - c. Lazada diharapkan untuk mengadakan *“Women Flash Sale”* dan *“Men’s Flash Sale”* pada hari tertentu, dikarenakan kebutuhan perempuan dan laki-laki yang berbeda.
 - d. Lazada diharapkan untuk memperbanyak varian produk yang akan diikutsertakan dalam *“Flash Sale”*.