

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengelolaan data yang penulis lakukan kepada pengguna *E-commerce* Shopee, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Live Streaming* (X1) dan *Voucher Diskon* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji F, hasil f hitung $> f$ tabel dan $sig < 0,05$. Besarnya pengaruh 0,580 atau 58% dan sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Live Streaming* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung $> t$ tabel dan nilai $sig < 0,05$. Besarnya pengaruh sebesar 0,377 atau 37,7% dan sisanya 62,3% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Voucher Diskon* (X2) terhadap Keputusan

Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung $>t$ tabel dan nilai $sig < 0,05$. Besarnya pengaruh sebesar 0,543 atau 54,3% dan sisanya 45,7% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Keputusan pembelian pada *E-commerce* Shopee adalah sebagai berikut :

1. *Live Streaming* terbukti belum sepenuhnya baik terhadap keputusan pembelian produk pada saat *Live Streaming* shopee berlangsung. Oleh karen itu, pihak streamer harus berinteraksi dengan penonton, persiapkan konten yang menarik, tawarkan diskon dan penawaran eksklusif. Sehingga *Live Streaming* shopee akan lebih menarik dalam meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Voucher Diskon* pada keputusan pembelian produk di *e-commerce* masih belum sepenuhnya baik. Disarankan agar meningkatkan efektivitas *Voucher Diskon*, maka *Voucher Diskon* yang tersedia harus memiliki persyaratan yang jelas, berikan batasan waktu penggunaan voucher diskon untuk menciptakan *sense of urgency* bagi pengguna dan tetapkan nilai diskon yang menarik bagi pengguna sehingga mereka merasa bernilai untuk memanfaatkan *voucher* tersebut.

3. Untuk meningkatkan penjualan serta mempercepat penyebaran informasi mengenai *Live Streaming* dan *Voucher Diskon*, disarankan pengguna *e-commerce* shopee mengikuti akun resmi Shopee di platform media sosial. Shopee sering kali mengumumkan acara *live streaming* khusus, penawaran dan *voucher* diskon melalui platform-platform ini.

