

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi keputusan pembelian konsumen sebelum dan pada saat promosi event Shopee tanggal kembar, mengetahui perbedaan keputusan pembelian antara periode sebelum dan saat event, serta menganalisis pengaruh promosi event tanggal kembar terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Reseller Ella Skincare di Shopee. Berdasarkan hasil analisis data penjualan dan pembahasan pada Bab IV, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi keputusan pembelian konsumen sebelum dan pada saat event tanggal kembar

Sebelum pelaksanaan event tanggal kembar, keputusan pembelian konsumen berada pada tingkat yang relatif stabil. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah kunjungan toko, jumlah pembeli, jumlah pesanan, dan nilai penjualan yang cenderung konsisten pada hari biasa. Namun, pada saat pelaksanaan event tanggal kembar (11.11, 12.12, dan 1.1), terjadi peningkatan yang sangat tajam pada seluruh indikator tersebut. Lonjakan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih terdorong untuk melakukan pembelian dalam waktu yang lebih cepat dan dalam jumlah yang lebih besar dibandingkan hari biasa.

Dengan demikian, kondisi keputusan pembelian konsumen sebelum event dan pada saat event tanggal kembar menunjukkan perbedaan tingkat aktivitas pembelian yang jelas.

2. Perbedaan keputusan pembelian konsumen antara periode sebelum dan pada saat promosi event tanggal kembar

Hasil perbandingan data penjualan menunjukkan adanya perbedaan yang nyata antara periode sebelum promosi event tanggal kembar dan pada saat event berlangsung. Pada periode sebelum event, performa toko cenderung stabil dengan tingkat konversi dan omzet harian

normal. Sebaliknya, pada hari event terjadi lonjakan signifikan pada jumlah kunjungan, jumlah pembeli, jumlah pesanan, serta nilai penjualan.

Perbedaan ini konsisten terjadi pada setiap event yang dianalisis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian konsumen antara periode sebelum promosi event Shopee tanggal kembar dan pada saat promosi event berlangsung.

3. Pengaruh promosi event tanggal kembar Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen

Berdasarkan perbedaan performa penjualan sebelum dan pada saat event, promosi event tanggal kembar Shopee terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Promosi yang ditawarkan selama event mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi toko, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta mendorong konsumen melakukan pembelian dengan nilai yang lebih besar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi event Shopee tanggal kembar berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Reseller Ella Skincare di Shopee.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Reseller Ella Skincare

- a. Toko disarankan untuk terus berpartisipasi aktif dalam event tanggal kembar Shopee karena terbukti mampu meningkatkan kunjungan, transaksi, dan omzet.
- b. Toko perlu mempersiapkan stok produk, strategi harga, dan promo tambahan menjelang event agar dapat memaksimalkan peningkatan penjualan.

- c. Setelah event berakhir, toko disarankan mempertahankan strategi pemasaran digital dan pelayanan konsumen guna menjaga minat beli pasca-event.

2. Bagi Platform Shopee

Shopee disarankan untuk terus mengembangkan program event tanggal kembar dengan variasi promo yang menarik, karena terbukti efektif mendorong aktivitas belanja konsumen dan meningkatkan performa penjual di marketplace.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menggunakan periode penelitian yang lebih panjang untuk melihat dampak jangka panjang promosi event terhadap loyalitas konsumen.
- b. Menambahkan variabel lain seperti rating toko, ulasan produk, atau iklan berbayar agar hasil penelitian lebih komprehensif.
- c. Melakukan perbandingan dengan toko atau kategori produk lain untuk memperluas generalisasi hasil penelitian.

C. Penutup

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa promosi event tanggal kembar Shopee mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen secara nyata. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha marketplace, platform *e-commerce*, serta pengembangan kajian akademik di bidang pemasaran digital.