

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan latar tujuan penelitian yang telah diungkapkan pada bab 1 bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh potongan harga dan *seasonal marketing* terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee. Setelah dilakukan analisis pada data primer yang diperoleh melalui kuesioner penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel potongan harga dan *seasonal marketing* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini paling konsisten dengan penelitian Fauzi dan Sijabat (2023) yang berjudul “Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang”, yang mana penelitian tersebut memberikan hasil bahwa harga produk dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan penelitian Mamusung dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Shopee di Desa Ratatotok”,

yang mana penelitian tersebut menghasilkan bahwa potongan harga, pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Shopee di Desa Ratatotok.

Namun demikian, penelitian ini kurang relevan dengan penelitian dari Krisnawati dkk (2023) yang berjudul “Analisis Iklan Sirup Marjan dalam Mendapatkan Atensi Publik” dengan hasil penelitian bahwa iklan sirup Marjan berhasil mendapatkan perhatian publik dengan strategi pemanfaatan perkembangan media, mengikuti perkembangan zaman, konsep iklan yang menarik, dan pemanfaatan momen-momen tertentu (*seasonal marketing*). Hal ini dikarenakan penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif yang hasilnya masih bisa diperdebatkan. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah mencari tahu seberapa besar dampak *seasonal marketing* terhadap atensi public terhadap sirup Marjan, bukan kepada minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bukan berarti tidak memiliki keterbatasan dalam melaksanakannya. Namun demikian, diharapkan penelitian ini menjadi referensi dalam pengembangan pada pada

penelitian selanjutnya. Ada pun keterbatasan dalam melakukan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian hanya menguji pengaruh potongan harga dan *seasonal marketing* keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee. Maka, masih perlu penelitian lanjutan dengan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Objek penelitian berfokus pada keputusan pembelian *fashion* halal pada platform digital Shopee, di mana tidak semua orang menggunakan platform digital, khususnya Shopee dalam berbelanja di bulan Ramadhan. Selain itu, platform *e-commerce* kerap kali memiliki masalah keterlambatan dalam pengiriman ketika permintaan meningkat di momen Ramadhan. Sehingga, tidak semua orang memutuskan berbelanja melalui Shopee dan memilih mengunjungi toko fisik untuk menghindari keterlambatan pengiriman. Oleh karena itu, dalam menyebarkan kuesioner penelitian, peneliti menyebarkan kepada responden secara acak melalui tautan Google Form untuk memberikan kemungkinan yang lebih besar dalam mendapatkan data primer dari pengguna platform digital Shopee.

3. Periode penelitian yang direncanakan 3 bulan akan berfokus pada bulan Ramadhan untuk mendapatkan data primer dari responden yang mengisi kuesioner dan mendapatkan pengalaman berbelanja di bulan Ramadhan ketika berbagai promosi potongan harga dan *seasonal marketing* dilakukan oleh Shopee.

C. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk peneliti selanjutnya. Saran-saran yang dapat penulis sampaikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Dilihat dari hasil penelitian, variabel potongan harga dan *seasonal marketing* berpengaruh sebesar 80,2% terhadap variabel keputusan pembelian. Maka, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain untuk melengkapi dan menguatkan hasil penelitian ini pada penelitian berikutnya. Misalnya adalah variabel citra merek dan variabel ulasan pelanggan yang dapat dijadikan prediktor untuk penelitian selanjutnya.
2. Objek penelitian yang telah dilakukan adalah keputusan pembelian *fashion* halal pada platform digital Shopee. Maka, diharapkan penelitian selanjutnya untuk memilih objek penelitian yang lain

yang lebih luas untuk lebih menguatkan hasil dari penelitian ini atau untuk memperoleh temuan-temuan baru mengenai penelitian yang berkaitan dengan pemasaran platform belanja digital (*e-commerce*) dan agar lebih relevan dengan masyarakat luas. Misalnya, produk-produk musiman lain seperti kurma, perlengkapan sekolah atau payung dan jas hujan yang ramai dicari orang pada musim-musim tertentu dapat dijadikan objek penelitian untuk penelitian selanjutnya yang akan mencari tahu pengaruh potongan harga dan *seasonal marketing* terhadap keputusan pembelian di platform digital Shopee.

3. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk memperbarui periode penelitian sehingga hasil hasilnya akan lebih relevan dan menggambarkan kondisi terkini. Contohnya adalah untuk memperbarui periode tahun penelitian dan memperbarui teknik-teknik marketing yang dilakukan oleh *e-commerce* dalam memasarkan produknya.