

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Beberapa kesimpulan dapat diambil dari temuan penelitian dan saran yang disajikan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Live streaming* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi, yang berarti variabel *live streaming* memiliki pengaruh yang penting terhadap munculnya minat beli. Hal ini karena *live streaming* memberikan kemudahan kepada calon konsumen untuk lebih memastikan bahwa barang yang dipesan sesuai dengan apa yang diinginkan.
2. Diskon berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi, yang berarti Diskon memiliki pengaruh terhadap munculnya minat beli konsumen. Hal ini karena Diskon potongan harga yang membuat konsumen tertarik untuk membeli dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
3. *Live streaming* dan Diskon secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi, yang berarti masing-masing variabel dapat mempengaruhi minat beli konsumen shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi secara bersamaan.
4. Variabel *live streaming* secara keseluruhan memiliki hasil akhir dengan rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi. Variabel Diskon secara keseluruhan variabel Diskon memiliki hasil akhir dengan rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi. Begitu juga Variabel Minat beli yang secara keseluruhan memiliki hasil akhir dengan rata-rata termasuk dalam kategori tinggi.

## 6.2 Saran

Saran berikut dibuat peneliti berdasarkan temuan pada penelitian ini, yaitu:

1. Pada variabel *live streaming*, shopee perlu meningkatkan kualitas siaran pada saat *live* dengan meningkatkan kualitas pada siaran berupa merancang konten yang informatif agar yang menonton dapat tertarik untuk membeli, menyajikan konten dengan format yang menarik serta variatif, seperti tutorial, dan demo produk.
2. Pada variabel Diskon, tidak sedikit konsumen yang khawatir dengan kualitas produk yang dibeli, terutama saat berbelanja online. Kekhawatiran ini dapat menyebabkan keraguan dan keengganan untuk membeli. Untuk mengatasi hal ini, penting bagi penjual untuk meningkatkan transparansi dan kejelasan informasi produk, meningkatkan kualitas produk dan layanan pelanggan. Sehingga mengurangi kekhawatiran pelanggan pada saat membeli produk yang didiskon
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat menjadikan hal-hal yang sudah dibahas di dalam penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, sehingga kemudian dapat dapat mengembangkan penelitian yang ada bahkan dapat menemukan variabel penelitian baru seperti variabel *e-wom* yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya jika bersamaan dengan *live streaming*, dan bisa juga menambahkan variabel *customer review* untuk menambah kepercayaan calon pelanggan apabila ingin membeli produk yang menawarkan diskon, dan banyak lagi variabel pendukungnya.