

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir Dan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Minat Beli Pengguna *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Jambi ialah:

1. Terdapat pengaruh Promo Gratis Ongkir (X1) dan Fitur *Shopee Paylater* (X2) secara bersama-sama terhadap minat beli (Y). Dengan adanya strategi pemasaran yaitu berupa Promo Gratis Ongkir meningkatkan seseorang untuk melakukan pembelian. Selain itu dengan adanya fitur *Shopee paylater* membuat konsumen menjadi lebih mudah untuk melakukan suatu pembayaran.
2. Terdapat pengaruh Promo Gratis Ongkir (X1) secara parsial terhadap Minat Beli (Y), maka dapat dijelaskan semakin banyaknya promo yang ditawarkan atau disediakan oleh *e-commerce* Shopee maka akan besar kemungkinan membuat semakin tinggi minat beli di kalangan mahasiswa Universitas Jambi.
3. Terdapat pengaruh Fitur *Shopee Paylater* (X2) secara parsial terhadap Minat Beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih mudah melakukan pembayaran dengan adanya fitur *shopee paylater* yang mana pembayarannya bisa dengan cara menunda satu bulan atau dengan cara mencicil.
4. Variabel dominan yang mempengaruhi Minat Beli (Y) adalah Promo Gratis Ongkir (X1). Motivasi berbelanja dengan menggunakan promo gratis ongkir cenderung mendorong individu untuk mencari kepuasan sehingga terjadi Minat Beli dalam berbelanja di *e-commerce* Shopee. Meskipun penggunaan Fitur *Shopee Paylater* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli, namun pengaruh Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli lebih kuat.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh, pelaku bisnis yang memanfaatkan *e-commerce* sebaiknya memperhatikan bahwa konsumen

menunjukkan kurangnya minat dalam berinteraksi langsung dengan penjual melalui *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk memperbaiki pengalaman sosial belanja konsumen. Strategi yang dapat diterapkan antara lain meningkatkan kualitas layanan pelanggan dengan respon yang cepat dan informatif terhadap pertanyaan atau masalah yang diajukan oleh konsumen. Selain itu, membangun komunitas konsumen di dalam *e-commerce*, seperti forum atau grup diskusi, juga dapat membantu meningkatkan interaksi antara konsumen

2. Untuk variabel gratis ongkir, dimana *e-commerce* Shopee tetap mempertahankan promo gratis ongkir yang diberikan kepada konsumen guna untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan memberikan lebih banyak promo gratis ongkir kepada konsumen. Untuk variabel fitur Shopee *paylater* diharapkan tetap dapat terus mempertahankan dan selalu mengutamakan keamanan meningkatkan kualitas dari segi pelayanan kepada pengguna.