

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Penelitian menunjukkan bahwa diskon harga memengaruhi keputusan beli konsumen. diskon yang dilakukan melalui platform Shopee mampu menarik minat pembeli dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi mereka untuk membeli produk Skintific. Hasil ini menegaskan bahwa strategi diskon tetap relevan dan efektif dalam mendorong pembelian, terutama di kalangan masyarakat perkotaan seperti Kota Depok.
2. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk membeli. Faktor-faktor seperti respons yang cepat, pengiriman yang jelas, dan penjual yang profesional bisa meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan konsumen, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa kualitas layanan tetap menjadi bagian penting dalam proses belanja online.
3. Secara bersamaan, diskon harga dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan beli konsumen. Kombinasi antara harga yang menarik dan layanan yang baik menciptakan pengalaman belanja yang baik, sehingga membuat konsumen lebih mudah berbelanja. Hasil penelitian ini memberikan petunjuk penting bagi para pengusaha untuk meningkatkan kedua hal tersebut dalam merancang strategi pemasaran yang lebih baik.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi para penjual atau pemasar produk Skintific di Shopee untuk lebih berhati-hati dalam merancang strategi diskon.

Meskipun diskon memengaruhi keputusan beli, pengaruhnya justru negatif, sehingga perlu diperhatikan frekuensi dan besarnya diskon yang diberikan. Jika diskon terlalu besar, bisa membuat konsumen merasa produk tidak memiliki nilai yang cukup. Di sisi lain, kualitas layanan terbukti memberikan dampak positif yang kuat. Oleh karena itu, aspek layanan seperti kecepatan respons, ketepatan pengiriman, dan sikap profesional perlu terus ditingkatkan agar pelanggan tetap puas dan setia.



