

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan guna menganalisis dampak Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon terhadap Minat Beli konsumen di platform e-commerce TikTok Shop, dengan lokasi penelitian di Kota Makassar. Data diperoleh dari 96 responden yang menjadi sampel penelitian, kemudian diolah melalui teknik analisis regresi linear berganda. Merujuk pada temuan penelitian serta hasil uji hipotesis, dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Variabel Gratis Ongkos Kirim memberikan dampak positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada platform e-commerce TikTok Shop di Kota Makassar. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan program Gratis Ongkos Kirim belum menjadi pendorong utama bagi konsumen dalam menumbuhkan Minat Beli mereka.
2. Variabel Harga Diskon terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada platform e-commerce di Kota Makassar. Temuan analisis mengungkapkan bahwa semakin tinggi Harga Diskon yang ditawarkan, maka semakin meningkat pula Minat Beli yang dimiliki konsumen.
3. Secara simultan, Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada platform e-commerce TikTok Shop di Kota Makassar. Temuan ini mengungkapkan bahwa kombinasi kedua strategi promosi tersebut mampu memengaruhi Minat Beli konsumen secara bersama-sama. Walaupun pengaruh Gratis Ongkos Kirim secara parsial tidak signifikan, kehadirannya yang berdampingan dengan Harga Diskon tetap memberikan kontribusi terhadap terbentuknya Minat Beli konsumen.

Dari sisi teori, temuan yang diperoleh dalam riset ini memperkuat relevansi konsep Stimulus-Organism-Respons (SOR), yang memandang

strategi promosi sebagai rangsangan yang mampu membentuk tanggapan konsumen dalam wujud Minat Beli. Kendati demikian, tidak seluruh bentuk rangsangan tersebut memiliki daya pengaruh yang setara. Fakta di lapangan memperlihatkan bahwa Harga Diskon jauh lebih ampuh dalam memicu Minat Beli dibandingkan Gratis Ongkos Kirim.

Ditinjau dari aspek praktis, temuan riset ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak TikTok Shop maupun para pelaku bisnis yang beroperasi di platform tersebut untuk lebih mengutamakan skema Harga Diskon sebagai langkah strategis dalam mendongkrak Minat Beli konsumen. Sementara itu, Gratis Ongkos Kirim masih layak dipertahankan sebagai bentuk promosi pelengkap, namun idealnya dipadukan dengan strategi pemasaran lainnya agar dampaknya dapat dirasakan secara lebih maksimal.

Di sisi lain, riset ini tidak lepas dari sejumlah kekurangan. Pertama, cakupan penelitian terbatas pada pengguna TikTok Shop yang berdomisili di Kota Makassar, sehingga temuan yang dihasilkan belum tentu dapat diberlakukan secara umum pada wilayah-wilayah lainnya. Kedua, riset ini hanya berfokus pada dua variabel bebas, yakni Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon, padahal masih banyak faktor lain yang berpotensi turut memengaruhi Minat Beli konsumen. Ketiga, pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan responden sangat bergantung pada sudut pandang atau persepsi pribadi mereka pada saat mengisi kuesioner tersebut.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil temuan yang telah dipaparkan, peneliti mengajukan sejumlah rekomendasi yang kiranya bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian mendatang, yaitu sebagai berikut:

1. Para peneliti di masa mendatang diharapkan dapat mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain yang berpotensi turut memengaruhi Minat Beli, misalnya Kepercayaan konsumen, mutu produk, kualitas

layanan, tingkat kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, citra merek, ataupun pengalaman berbelanja yang dirasakan konsumen. Penambahan variabel tersebut diharapkan mampu memperkuat daya jelas model penelitian secara keseluruhan.

2. Selain itu, penelitian berikutnya juga dianjurkan untuk memperluas jangkauan lokasi penelitian, menambah jumlah responden yang dilibatkan, ataupun melakukan perbandingan antar-platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Melalui upaya tersebut, diharapkan hasil penelitian yang diperoleh dapat menyajikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait berbagai faktor yang membentuk Minat Beli konsumen.