

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diteliti dimulai dari tahap pengumpulan data hingga pengolahan data tentang pengaruh penggunaan *voucher*, *paylater*, *flash sale*, dan *cash on delivery* (COD) terhadap minat beli konsumen di *marketplace* Shopee (Studi Kasus Remaja di Kudus) maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *voucher* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di *marketplace* Shopee dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,090 > 1,986$ ) dan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Hal ini berarti konsumen remaja di Kudus dalam melakukan minat beli di shopee dengan mempertimbangkan terkait penggunaan *voucher* yang ditawarkan oleh shopee, karena konsumen merasa bahwa harga akan semakin murah dan meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian produk dengan penggunaan *voucher* tersebut.
2. Variabel *paylater* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  ( $-0,818 < 1,986$ ) dan nilai signifikansi  $0,416 > 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa *paylater* dapat memberikan resiko bagi konsumen pengguna *paylater* khususnya pada penelitian ini studi kasus remaja di Kudus belum memiliki pendapatan yang cukup untuk membayar angsuran dari *paylater*. Karena *paylater* ini memiliki batas waktu peminjaman dan denda yang harus dibayar ketika melebihi batas dari tanggal yang telah disepakati, sehingga tidak menggunakan *paylater* pada aplikasi shopee.
3. Variabel *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di *marketplace* Shopee dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $5,103 > 1,986$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen remaja di Kudus dalam melakukan minat beli di Shopee mempertimbangkan terkait penggunaan *flash sale* yang ditawarkan oleh shopee, karena produk-produk dibandrol dengan harga yang relative murah dibanding harga asli dengan pilihan harga mulai dari harga terendah sampai

harga tertinggi dengan layanan kurun waktu yang telah ditetapkan.

4. Variabel COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di *marketplace* Shopee dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,529 > 1,986$ ) dan signifikansi  $0,013 < 0,05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa COD dapat memberikan pengaruh minat beli konsumen pada remaja di Kudus karena pengguna tertarik terhadap metode pembayaran COD melalui tunai agar terhindar dari resiko penipuan dan membuat konsumen percaya karena dibayar pada saat produk datang dan memudahkan konsumen pada saat berbelanja.

5.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, semoga dapat memberikan manfaat pada pihak yang telah berhubungan dengan penelitian yang dilakukan ini. Adapun saran yang diberikan oleh beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pengguna aplikasi shopee, dapat menggunakan *marketplace* shopee sesuai dengan kebutuhan dan bertanggung jawab pada saat transaksi yang telah dilakukan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun acuan dalam mengembangkan variabel lain dalam penelitian ini.
3. Bagi remaja, dari penelitian ini diharapkan dapat mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan yang akan dilakukan dalam hal minat beli.