

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri angkatan 2021, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa lebih menyukai seasonal *discount* dibandingkan jenis diskon lainnya di Shopee. Seasonal *discount* memberikan potongan harga besar pada momen tertentu seperti 9.9, 11.11, 12.12, atau Ramadhan Sale. Shopee menyediakan seasonal *discount* untuk menarik minat konsumen dengan keuntungan yang signifikan dalam periode terbatas. Mahasiswa merasa seasonal *discount* memberi pengalaman belanja yang menyenangkan sekaligus menguntungkan. Selain itu, Shopee menawarkan cash *discount* melalui ShopeePay, *quantity discount* berupa paket *bundling*, *buy1get1*, sedangkan *allowance* berupa voucher tambahan serta *functional discount* yang berupa *live* produk.
2. Program diskon Shopee berperan dalam keputusan pembelian produk *fashion* mahasiswa secara signifikan pada setiap tahapan proses pengambilan keputusan. Mahasiswa mengalami munculnya kebutuhan membeli produk *fashion* ketika melihat adanya penawaran diskon, sehingga diskon menjadi pemicu awal yang mendorong mereka untuk mulai mempertimbangkan pembelian. Diskon Shopee juga mengarahkan mahasiswa untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut mengenai harga, kualitas, ulasan, dan promo tambahan, sehingga proses

pencarian menjadi lebih aktif dan terarah. Selain itu, program diskon Shopee membantu mahasiswa dalam membandingkan berbagai alternatif produk *fashion*. Diskon memberikan persepsi keuntungan lebih besar, sehingga mahasiswa dapat menentukan pilihan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Melalui adanya batas waktu promo, diskon Shopee juga menciptakan rasa urgensi yang mendorong mahasiswa untuk segera membuat keputusan pembelian. Setelah melakukan pembelian, diskon Shopee memberikan rasa puas kepada mahasiswa karena mereka merasa mendapatkan produk yang sesuai selera dengan harga yang lebih hemat. Kepuasan ini kemudian membentuk pengalaman belanja yang positif dan mendorong mahasiswa untuk tetap memilih Shopee sebagai platform utama dalam memenuhi kebutuhan *fashion* mereka. Dengan demikian, program diskon Shopee berperan sebagai faktor penentu yang tidak hanya memengaruhi aspek rasional seperti harga, tetapi juga memengaruhi aspek psikologis seperti rasa puas, rasa diuntungkan, dan keyakinan dalam membeli. Secara keseluruhan, diskon Shopee memberikan kontribusi besar dalam membentuk pola perilaku belanja dan meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk tetap setia menggunakan Shopee.

B. Saran

Peneliti dalam proses penelitian tentang peran program diskon shopee terhadap keputusan pembelian produk *fashion* mahasiswa menemukan realitas bahwa kebiasaan belanja mahasiswa berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan

pribadi, kecenderungan pembelian impulsif, dan perilaku konsumsi berkelanjutan. Hal-hal tersebut bisa dijadikan bahan kajian lebih lanjut. Konteks penelitian bisa diperluas dengan menambahkan faktor tambahan seperti pengaruh media sosial, rekomendasi influencer, loyalitas merek, atau membandingkan perilaku pembelian di berbagai *platform e-commerce* lain.