

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri angkatan 2021, dapat disimpulkan bahwa mahasiswi 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. Mahasiswi 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* mahasiswi secara signifikan pada setiap tahapan proses pengambilan keputusan. Mahasiswi 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 mahasiswi 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 mahasiswi dalam membandingkan berbagai alternatif produk *fashion*. Diskon memberikan persepsi keuntungan lebih besar, sehingga mahasiswi 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 mahasiswi untuk segera membuat keputusan pembelian. Setelah melakukan pembelian, diskon Shopee memberikan rasa puas kepada mahasiswi karena mereka merasa mendapatkan produk yang sesuai selera dengan harga yang lebih hemat. Kepuasan ini kemudian membentuk pengalaman belanja yang positif dan mendorong mahasiswi 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 mahasiswi untuk tetap setia menggunakan Shopee.

B. Saran

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

pribadi, kecenderungan pembelian impulsif, dan perilaku konsumsi berkelanjutan. Hal-hal tersebut bisa di jadikan 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.