

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya dapat dilihat dan ditarik kesimpulannya bahwa ada Pengaruh Promo *Flash Sale* 3.3 4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang.

Lalu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada pada rumusan masalah, dapat dijawab dari hasil uji t maka dapat dinyatakan bahwa dari pengujian variabel promo *flash sale* yang dihasilkan yaitu thitung 5,694 > ttabel 1,99547 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promo flash sale 3.3 4.4 terhadap minat pembelian mahasiswa aktif prodi perbankan syariah STEBIS IGM Palembang yang berarti semakin meningkat flash sale yang diberikan pada aplikasi shopee maka minat pemebelannya juga akan semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Untuk penelitian selanjutnya, jika mahasiswa ingin melakukan penelitian yang mempunyai kasus yang sama dalam penelitian ini diharapkan menggunakan variabel lainnya seperti efektifitas sebuah

iklan shopee terhadap minat beli produk dengan respondennya masyarakat disebuah daerah tertentu.

- b. Selanjutnya penulis mengharapkan dalam penelitian selanjutnya untuk menambahkan jumlah variabelnya.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan untuk para praktisi di bidang jualan online agar membuat sebuah informasi *shopee flash sale* yang lebih menarik lagi dari yang ada dalam penelitian ini seperti isi pesan yang disampaikan hingga ke tampilan visual yang lebih kreatif lagi dalam pembuatannya. Sehingga masyarakat luas menjadi terpengaruh dan minat berbelanja *online*.