

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait dengan Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk *Flash Sale* di Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *Flash Sale* di toko online Shopee. Hal ini disebabkan karena sudah terbukti bahwa harga produk *Flash Sale* lebih murah dibandingkan dengan harga normalnya. Selain itu konsumen saat ini juga belum tentu tertarik dengan penawaran harga yang murah, mereka cenderung lebih memperhatikan kualitas produk dibandingkan dengan harga produk itu sendiri.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Flash Sale* di toko online Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk yang diberikan maka dapat meningkatkan minat beli konsumen.
3. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Flash Sale* di toko online Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat dan menarik promosi yang ditawarkan

maka semakin menimbulkan rasa keingintahuan dan minat beli dari konsumen.

4. Variabel harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Flash Sale* di toko online Shopee. Dimana adanya peningkatan secara bersama-sama pada harga, kualitas produk, dan promosi maka akan meningkatkan minat beli produk *Flash Sale* di toko online Shopee, begitupun sebaliknya.

B. Saran

1. Bagi Toko Online Shopee

Untuk meningkatkan minat beli konsumen, selain harga hendaknya pihak toko online Shopee juga lebih memperhatikan kualitas produk yang mereka jual sehingga hal tersebut mampu memberikan persepsi yang baik kepada konsumennya. Pada *event Flash Sale* selain memberikan harga yang murah, pihak toko online Shopee harus memastikan bahwa produk yang mereka jual memiliki kualitas yang baik agar tidak menimbulkan rasa kecewa dipihak konsumen ketika produk tersebut diterima. Semakin baik harga dan kualitas produk yang diberikan, maka akan memberikan kepuasan dan meningkatkan minat beli ulang konsumen apalagi dibarengi dengan strategi promosi yang tepat dari perusahaan.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, promosi dan minat beli.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dikarenakan terdapat keterbatasan dan kekurangan dari peneliti, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas variabel yang akan diteliti untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh lebih kuat terhadap minat beli konsumen dengan menambah objek penelitian lain serta mengembangkan metode penelitian yang digunakan.