

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara terpaan promosi penjualan Shopee PayLater dan persepsi risiko layanan Shopee PayLater terhadap keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater. Bab ini berisikan kesimpulan yang diambil dari penjelasan pada bab-bab sebelumnya serta saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

5.1 Kesimpulan

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dengan arah positif antara terpaan promosi penjualan Shopee PayLater terhadap keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater. Hipotesis pertama pada penelitian ini diterima yang artinya *Behavioral Learning Theory* terbukti dapat memberikan pemahaman yang kuat tentang bagaimana terpaan promosi penjualan Shopee PayLater memengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater.
2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dengan arah negatif persepsi risiko layanan Shopee PayLater terhadap keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater. Diterimanya hipotesis kedua dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Risk Management Decision-Making Theory* terbukti dapat menjelaskan bagaimana persepsi risiko terhadap layanan Shopee

PayLater mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian pada Bab 3, sebelum membuat keputusan pembelian, responden sering kali terpapar dengan promosi penjualan dari merek. Meskipun mereka tidak dapat mengingat nama voucher secara keseluruhan, namun mereka tetap melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, Shopee PayLater atau perusahaan penyedia produk dan jasa lainnya dapat memanfaatkan temuan ini dengan menyediakan informasi yang jelas dan terperinci tentang risiko finansial sehingga dapat membantu calon konsumen untuk membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari hutang berlebihan yang dapat merugikan mereka di kemudian hari.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, mayoritas pengguna menunjukkan persepsi risiko yang rendah terhadap Shopee PayLater. Temuan ini menegaskan pentingnya mempertahankan sistem keamanan dan layanan selama transaksi untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap layanan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi risiko terhadap layanan Shopee PayLater mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* menggunakan Shopee PayLater. Dengan demikian, memastikan pengguna merasa aman dan terlindungi selama bertransaksi dapat berdampak positif pada keputusan pembelian mereka.