BAB V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji preferensi pembelian barang di Shopee pada mahasiswa FEB Unsoed yang dipengaruhi oleh persepsi harga, pendapatan, kemudahan penggunaan, keamanan akun, *cashless payment*, dan promosi rutin tanggal kembar. Beberapa temuan penelitian yang dapat disimpulkan dengan menerapkan analisis regresi linear berganda, terdapat beberapa hasil penelitian yang dapat dijelaskan sebagai berikut sebagai berikut:

1. Secara bersama-sama persepsi harga, pendapatan, kemudahan penggunaan, keamanan akun, *cashless payment*, dan promosi rutin tanggal kembar berpengaruh terhadap preferensi pembelian barang di Shopee pada mahasiswa FEB Unsoed.
2. Secara parsial, persepsi harga, pendapatan, *cashless payment*, dan promosi rutin tanggal kembar berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian barang di Shopee pada mahasiswa FEB Unsoed, sedangkan kemudahan penggunaan dan keamanan akun tidak berpengaruh terhadap preferensi pembelian barang di Shopee pada mahasiswa FEB Unsoed.

B. Implikasi

1. Harga yang terjangkau dan dianggap wajar terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong preferensi pembelian. Oleh karena itu, Shopee perlu menjaga konsistensi harga produk yang kompetitif, transparan, serta sesuai dengan persepsi keadilan harga di kalangan mahasiswa. Menampilkan harga

yang jelas tanpa biaya tersembunyi serta memberikan potongan harga berkala dapat meningkatkan persepsi positif mahasiswa terhadap Shopee.

2. Temuan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa peningkatan daya beli mahasiswa berbanding lurus dengan meningkatnya preferensi berbelanja di Shopee. Implikasinya, Shopee dapat mengelompokkan produk berdasarkan segmen harga yang disesuaikan dengan kemampuan ekonomi mahasiswa, seperti kategori "hemat mahasiswa" atau "produk kebutuhan kampus" agar semakin relevan dengan target pasar.
3. Meskipun kemudahan penggunaan dan keamanan akun tidak berpengaruh signifikan, Shopee tetap perlu mempertahankan aplikasi yang mudah digunakan, responsif, dan ramah pengguna. Selain itu, peningkatan sistem keamanan akun tetap penting untuk menjaga kepercayaan pengguna dalam jangka panjang, mengingat kepercayaan merupakan aspek mendasar dalam transaksi *online*.
4. Shopee juga disarankan untuk terus mengoptimalkan sistem pembayaran nontunai melalui peningkatan kenyamanan dan keamanan transaksi. Inovasi dalam bentuk kemudahan penggunaan ShopeePay, integrasi dengan berbagai dompet digital, serta pemberian insentif seperti *cashback* dan *reward* dapat memperkuat preferensi mahasiswa dalam memilih Shopee sebagai *platform* utama berbelanja daring.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi rutin memiliki pengaruh paling kuat terhadap preferensi pembelian mahasiswa. Oleh karena itu, Shopee perlu terus mempertahankan serta meningkatkan efektivitas strategi promosi

yang dijalankan, seperti promo tanggal kembar, diskon musiman, gratis ongkir, dan program potongan harga. Promosi yang menarik dan rutin terbukti mampu meningkatkan minat serta preferensi pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa.

6. Bagi penelitian selanjutnya, hasil ini memberikan dasar bagi pengembangan penelitian di bidang perilaku konsumen digital, khususnya *e-commerce*. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan konsumen, kualitas layanan, pengalaman berbelanja, atau kepuasan konsumen. Penelitian juga dapat diperluas pada objek dan populasi yang berbeda agar hasilnya lebih komprehensif.

C. Keterbatasan Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini disebar dengan menggunakan *Google Form*, responden mengisi secara mandiri kuesioner yang diberikan. Hal ini dapat menimbulkan bias karena responden mungkin menjawab berdasarkan jawaban yang dianggap benar, bukan sepenuhnya berdasarkan pengalaman pembelian di *platform* Shopee. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan wawancara mendalam untuk mengurangi terjadinya bias.