

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses pengambilan keputusan pembelian para konsumen dalam membeli produk melalui situs belanja online Shopee. Melalui penjabaran yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian para konsumen dalam membeli produk dilakukan dengan beragam cara berdasarkan latar belakang dan keinginan yang muncul dari dalam diri masing-masing. Oleh karena itu tidak heran jika pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seorang siswa, pekerja, bahkan ibu rumah tangga menjadi tampak berbeda-beda. Walaupun demikian seluruh kebutuhan mereka tetap terpenuhi dengan menggunakan medium *smartphone*, sebagai alat komunikasi masif di era digital. Alat ini telah begitu mengubah kelas kebutuhan di masyarakat, seperti yang tampak dari analisis, kebutuhan tersier dengan cepat berubah seolah-olah menjadi sangat primer mengalahkan kebutuhan primer yang sesungguhnya, yakni papan, sandang, dan pangan. Sepatu misalnya, yang tadinya adalah sandang, berubah menjadi “koleksi sepatu” yang berarti tidak hanya membuat sepatu menjadi sandang tetapi menjadi suatu barang koleksi untuk memenuhi tren dengan melengkapi variannya.

Selain itu, kerjasama antara Shopee dengan *endorsement* juga tampak sebagai upaya untuk menjaga eksistensi tren di bidang yang semakin luas. Cristiano Ronaldo menjadi sosok yang menyublim sebagai tokoh belanja, yang sebelumnya lebih sering tampil di lapangan sepak bola sebagai bagian dari El Classico, Real Madrid. Artinya, hal ini seperti *gimmick* bagi para penggemar laki-laki untuk kemudian mengalihkan perhatian mereka menuju Shopee. Tren ini tidak hanya berhenti sampai di situ, sebab Blackpink juga masih punya andil bagi para penggemar K-Pop. Konsumen yang tadinya hanya tertarik dengan Girl Band tersebut dari lagu dan videonya, ditemukan kembali dalam situs belanja online Shopee.

Di sisi lain, kepercayaan para informan tetap setia dalam menggunakan Shopee melibatkan teman, keluarga, dan kebutuhan yang terkait atas profesi. Pada penelitian ini tiga hal yang telah disebutkan tidak muncul secara bersamaan, sebab lebih tampak bergantung pada psikologis dari konsumen dalam menentukan pilihannya.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dalam melakukan analisis untuk memahami proses pengambilan keputusan pembelian para konsumen dalam membeli produk melalui situs belanja online Shopee. Artinya,

penelitian ini hanya digunakan untuk melihat pada proses pengambilan keputusan yang muncul dalam diri masing-masing individu.

Melihat dari adanya keterbatasan tersebut, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dalam memahami perilaku konsumen yakni dengan menggunakan metode lain untuk menilai perilaku konsumsi, seperti observasi untuk melakukan penelitian mendalam tentang kondisi keluarga dan lingkungan sekitar dalam membentuk faktor-faktor dalam perilaku konsumen. Alasannya sederhana, mengingat bahwa dengan menggunakan observasi, hasil penelitian yang didapatkan akan memberikan pengetahuan baru bagi para peneliti yang akan melakukan riset atas dasar perilaku konsumen. Hal ini tentu akan memperluas isu perilaku konsumen melalui lebih banyak sudut pandang.