

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari delapan narasumber sudah diwawancarai, penulis mendapatkan sebuah hasil sehingga dapat menemukan sebuah kesimpulan dari promosi *Flashsale* Shopee Indonesia dalam mempromosikan produk terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian, maka penulis menyimpulkan dengan jelas mengenai dampak positif dan negatif dari promosi *Flashsale*. Promosi *Flashsale* memiliki dampak yang positif dan negatif, dampak positifnya yaitu membantu calon pembeli memperoleh harga yang terjangkau dari harga biasanya lalu dampak negatifnya yaitu meningkatnya transaksi *flashsale* sehingga memperlambat kiriman lainnya dan memperlambat sistem operasional. Kepuasan konsumen Shopee Indonesia sangat puas dikarenakan memang layanan yang diberikan oleh Shopee Indonesia cukup memuaskan pembeli dan penjual.

5.2 Saran

1. Sebaiknya Shopee Indonesia lebih memperbanyak varian produk yang diikuti sertakan dalam promosi *Flashsale* serta waktunya dapat diperbanyak lagi.
2. Shopee Indonesia dapat memisahkan antara transaksi *Flashsale* dengan transaksi normal sehingga tidak memperlambat sistem operasional yang terjadi di dalam aplikasi Shopee dan juga kiriman dari pembeli lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Yunus. 2019. *Konsep Dasar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Alfianika, Ninit. 2018. *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Andu, Christine dan T. Patriantoro. 2021. *Penggunaan Media Grindr Dikalangan Gay Dalam Menjalin Hubungan Personal*. Yogyakarta: K-Media.
- Arfah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arwani. 2002. *Komunikasi Dalam Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Diphayana, Wahono. 2018. *Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Deepublish.
- Djamal, Hidajanto dan A. Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Fitrah dan Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ginting, dkk. 2021. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial*. Cirebon: Insania.
- Harapan, Edi. 2014. *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan Konsumen*. Serang: Bintang Sembilan Visitama.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustanti, Ninik. 2016. *Buku Ajar Ekonomi Pangan Dan Gizi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarwono, Jonathan dan Prihartono. 2012. *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sudaryana, Bambang dan Agusiady. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Sukoco, Sampir. 2018. *New Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.

Tasnim, dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Umrati dan Wijaya. 2020. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Zamzam, Fakhry dan Firdaus. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Skripsi

Nurjanah, Jumita. 2021. "*Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Kampus II Univeristas Bung Hatta)*". Program Pasca Sarjana Universitas Bung Hatta: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Susanti, Eri. 2021. "*Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Transaksi Online Shope (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee)*". Program Pasca Sarjana Institut Agama Islam Negeri Batusangkar: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Wulandari, Astri. 2021. "*Pemanfaatan Tagline Gratis Ongkos Kirim Pada Pelanggan Online Shop Aplikasi Shopee Masyarakat Kecamatan Sususkan Semarang*". Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Tesis

Priyo, Hangga. 2019. "*Analisis Strategi Pemasaran Mebel Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Mebel*". Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta: Tesis Tidak Diterbitkan.

Putri, Anesya. 2019. "*Strategi Promosi Suqma (PT. Alif Aza Asia)*". Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Manajemen PPM: Tesis Tidak Diterbitkan.

Santoso, Budi. 2019. "*Perencanaan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Rasio Photography*". Program Pasca Sarjana Universitas Ciputra Surabaya: Tesis Tidak Diterbitkan.

Jurnal

Darmadi, Didik. 2013. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan (Studi Kasus PT. Astra Internasional Tbk-TSO Cabang Soetoyo Malang)". *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*. 21-28.

Haralayya, Bhadarappa. 2002. "Kajian Teknik Promosi Penjualan Yang Digunakan VKG Bajaj Di Kalaburagi". *Jurnal Ilmiah Universitas Bidar India*. 292-298.

Kurniawati, Anna. 2022. "Strategi Promosi Penjualan Pada Marketplace Shopee". *Jurnal Ilmiah Universitas Sahid Jakarta*. 65-79.

Palazon, Mariola. 2005. "Efek Promosi Penjualan Pada Ekuitas Merek Berbasis Konsumen". *Jurnal Ilmiah Universitas Murcia Spanyol*. 179-204.

Reza, Faisal. 2016. "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id". *Jurnal Ilmiah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*. 64-74.

Westberg, Kathleen. 2004. "Dampak Penyebab Terkait Pemasaran Tentang Sikap Konsumen Untuk Merek Dan Niat Membeli". *Jurnal Ilmiah Universitas Griffith Australia*. 1-233.

Website

<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemasaran>

[https://wahyublahe.id/komunikasi-pemasaran/#Tujuan Komunikasi Pemasaran](https://wahyublahe.id/komunikasi-pemasaran/#Tujuan_Komunikasi_Pemasaran)

LAMPIRAN



10 Pertanyaan Wawancara :

“Promosi *Flashsale* Shopee Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

(Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi *Corporate & Marketing Communication* Universitas Buddhi Dharma Tahun 2018)

1. Apakah Anda mengetahui *Marketplace* Shopee ?
2. Apakah Anda sering bertransaksi melalui Shopee ?
3. Seberapa seringkah dalam sebulan Anda bertransaksi melalui Shopee ?
4. Mengapa lebih memilih bertransaksi melalui Shopee dibandingkan *Marketplace* lainnya ?
5. Kapanakah Anda bertransaksi melalui Shopee ? (Pagi, Siang, Malam?)
6. Kategori produk dan merek apa yang Anda minati saat bertransaksi melalui Shopee ?
7. Apakah Anda mengetahui promosi *Flashsale* yang diadakan Shopee ?
8. Pernahkah Anda bertransaksi di Shopee saat promosi *Flashsale* ?
9. Apakah kelebihan dan kekurangan menurut Anda dalam proses promosi *Flashsale* Shopee ?
10. Apakah sejauh ini Anda merasa puas dalam bertransaksi melalui Shopee ? Mohon berikan alasan.

Revised

Galuh K Hapsari

11 Juli 2022

Data Narasumber

1. Nama : Steven Sutanto
NIM : 20180400008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
2. Nama : Theresa Junica Nusamara
NIM : 20180400046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
3. Nama : Jordan Themas Suryanto
NIM : 20180400024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
4. Nama : Liviani Theresia Suryanto
NIM : 20180400054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
5. Nama : Michael
NIM : 20180400050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*

6. Nama : Garren Eben Haezer Tandayu
NIM : 20180400043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
7. Nama : William
NIM : 20180400020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
8. Nama : Yadi Hartono
NIM : 20180400048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*





**Universitas
Buddhi Dharma**
Kreativitas membangkitkan inovasi

Code Verification:

r16bscnIGr



August 30, 2022

Editor Explanation:

Dears **RULLY RUSDIANTO**
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Faculty : Sosial & Humaniora/Ilmu Komunikasi

Title : Promosi Flashsale Shopee Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Corporate & Marketing Communication Universitas Buddhi Dharma Tahun 2018)

ID Student : 20180400058

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 9783

Character Count : 63561

Similarity Index : 27

Internet Source : 26

Publication : 6

Student Paper : 12

Exclude quotes : Off

Exclude bibliography : On

Exclude matches : 10 words

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,
Riki, M.Kom
UBD-Training Center

buddhidharma.ac.id
training.center@ubd.ac.id

Training Center

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir
Tangerang 15115-Banten
Telp. 021-5517853, Fax. 021-5586820

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Rully Rusdianto
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 03 Maret 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : GBA 7/7, 007/014, Pasar Kemis, Tangerang
Nomor Telepon : 081806181998
Email : khurully@gmail.com



Riwayat Pendidikan

TK : Darma Kasih
SD : Permata Sari 1
SMP : Maria Mediatrix
SMK : Bonavita
Universitas : Buddhi Dharma

Riwayat Pekerjaan

2019 – 2021 : PT. Propan Raya
2021 – 2021 : Vinilon Group
2022 – sekarang : PT Bioplast Unggul



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang

021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180400058
Nama Mahasiswa : RULLY RUSDIANTO
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Ganjil
Dosen Pembimbing : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
Judul Skripsi : Promosi Flashsale Shopee Indonesia Dalam Mempromosikan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Corporate & Marketing Communication Universitas Buddhi Dharma Tahun 2018)

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-03-16	Introduction What Is Thesis and how do we start?	<i>dh</i>
2022-03-23	Pengumpulan judul Skripsi dan koreksi draft Bab 1-3	<i>dh</i>
2022-04-30	Menulis pendahuluan/LBM, Koreksi draft Bab 1-3	<i>dh</i>
2022-04-13	Koreksi BAB 2	<i>dh</i>
2022-04-25	Koreksi BAB 2 & 3	<i>dh</i>
2022-06-24	koreksi BAB 1,2,3	<i>dh</i>
2022-07-19	Revisi BAB 3 & 4	<i>dh</i>
2022-07-22	Revisi BAB 4, 5, Abstrak, Daftar Pustaka	<i>dh</i>
2022-07-26	Revisi BAB 4, 5, Abstrak, Abstract, Daftar Pustaka. Layak maju Sidang Skripsi	<i>dh</i>

Mengetahui

Ketua Program Studi



Galuh Kusuma Hapsari, M.IKom.

**FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA**

Tangerang, 27 August 2022

Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom