

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang *service quality*, keamanan transaksi, dan diskon terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* blibli, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *service quality* (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). dibuktikan dengan koefisien regresi mempunyai nilai sebesar 0,308 dan nilai sig. untuk *service quality* sebesar 0,000 yang berarti nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi *service quality* akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen blibli.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel keamanan transaksi (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). dibuktikan dengan koefisien regresi mempunyai nilai sebesar 0,158 dan nilai sig. untuk keamanan transaksi sebesar 0,003 yang berarti nilai sig. $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi keamanan transaksi akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen blibli.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel diskon (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dibuktikan dengan koefisien regresi mempunyai nilai sebesar 0,266 dan nilai sig. untuk diskon sebesar 0,000 yang berarti nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya strategi diskon akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen blibli.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *service quality*, keamanan transaksi dan diskon berpengaruh simultan atau memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dengan adanya F hitung >

F tabel yang mempunyai nilai $98,578 > 2,86$ dan nilai sig. sebesar $0,000$ yang berarti nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_4 diterima, dan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi perusahaan penelitian ini bisa memberikan bahan masukan atau pertimbangan dalam menerapkan strategi keputusan pembelian bagi konsumen untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat. Perusahaan diharap terus kreatif dalam merancang strategi pemasaran dalam upaya untuk menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis pada bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi peneliti selanjutnya, supaya bisa menambah variabel yang lainnya. Sebab variabel yang digunakan mungkin hanya sebagian dari variabel-variabel yang ada dan kurang lengkap.