

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil uji hipotesis yang sudah dibuat pada 100 responden dalam riset yang berjudul “Pengaruh Diskon, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di *e-commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kudus)”, bisa ditarik kesimpulan bahwasannya:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel diskon terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Hal itu karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,584 > 1,988$) dan signifikansi ($0,001 < 0,05$). Sehingga H_{01} ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara diskon terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Hal itu karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,477 > 1,988$), dengan signifikansi ($0,015 < 0,05$). Sehingga H_{02} ditolak dan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel *customer review* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Hal itu karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,056 > 1,988$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_{03} ditolak dan H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara *customer review* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif variabel diskon, promo gratis ongkos kirim, dan *customer review* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Hal itu karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,621 > 2,698$) dengan nilai Sig ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_{04} ditolak dan H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara diskon, promo gratis ongkos kirim, dan *customer review* terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Dari hasil analisis data, diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar $0,588 \times 100\% = 58,8\%$. Hal ini menunjukkan bahwa 58,8% % variabel keputusan pembelian (Y) pada

penelitian ini dipengaruhi oleh variabel diskon (X1), promo gratis ongkos kirim (X2), dan *customer review* (X3) dan sisanya sebesar 41, 2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Bersumber pada hasil riset, pembahasan hingga kesimpulan dalam penelitian ini, bisa ditarik beberapa saran yang dapat memberi manfaat pada pihak yang terkait pada riset:

1. Bagi Perusahaan

Bersumber pada penelitian dinyatakan bahwasannya diskon, promo gratis ongkos kirim, dan *customer review* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee baik secara parsial maupun secara bersama-sama, seyogyanya pihak Shopee konsisten memberi serta menambah diskon dan promo gratis ongkos kirim supaya tetap bisa membangkitkan ketertarikan pembeli supaya menetapkan Shopee menjadi platform belanja *online* mereka. Adanya *customer review* amat efektif mendukung pembeli ketika mendapatkan informasi mengenai barang yang hendak dibeli, sebaiknya pihak Shopee konsisten memepertahankan serta meningkatkan fitur penilaian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Menambah variabel diluar penelitian ini guna memperluas pengetahuan tentang faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Meningkatkan populasi saat penelitian selanjutnya

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti telah berupaya untuk meminimalkan adanya keterbatasan pada penelitian dengan berusaha semaksimal mungkin ketika menjalankan penelitian, akan tetapi masih ditemukan keterbatasan dalam penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini sekedar mengusut 3 variabel bebas atau dependen yaitu diskon, promo gratis ongkos kirim, serta *customer review* yang mempengaruhi satu variabel terikat atau dependen yakni keputusan pembelian.
2. Variabel bebas yang dimasukkan hanya mampu mempengaruhi variabel terikatnya sebesar 58,8% sehingga masih ada 41,2% lagi pengaruh variabel lain diluar variabel diskon, promo gratis ongkos kirim, dan *customer review* atau diluar riser ini.

3. Kuesioner hanya dibagikan secara *online* dengan *google form*, sehingga peneliti tidak bisa mengawasi responden dalam mengisi kuesioner secara langsung hingga tanggapan dari responden dibuat hanya bersumber kepada data yang sudah dikumpulkan.
4. Terbatasnya masa, biaya serta tenaga membuat penelitian ini masih belum maksimal.

