

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh diskon, gratis ongkos kirim, dan kemudahan transaksi terhadap Keputusan pembelian produk di toko *online* berkah berlimpah Kebumen yang sudah dijabarkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari Uji F menunjukkannilai F hitung adalah 241,214. Karena nilai F hitung  $241,214 > 2,76$  maka variabel diskon, gratis ongkos kirim dan kemudahan transaksi Bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk di toko *online* berkah berlimpah kec. Poncowarno Kab. Kebumen hal tersebut karena
2. Berdasarkan hasil Uji t variabel diskon, nilai thitung  $(-1,204) < ttabel (1,670)$ . dan nilai signifika  $(0,232) > 0,05$  hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial diskon tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Keputusan Pembelian produk di toko *online* berkah berlimpah. Hal ini menunjukkan bahwa diskon besar tidak selalu mendorong konsumen untuk membeli produk, bahkan dapat menurunkan persepsi terhadap kualitas produk.
3. Berdasarkan hasil Uji t variabel gratis ongkos kirim, nilai thitung  $(7,445) > ttabel (1,670)$ . Dan nilai signifikan  $(0,01) < (0,05)$  menunjukkan bahwa secara parsial promo gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk ditoko *online* berkah

berlimpah Kebumen. Konsumen lebih cenderung melakukan pembelian Ketika tidak ada biaya tambahan untuk pengiriman, yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka.

4. Berdasarkan hasil Uji t variabel kemudahan transaksi, nilai thitung (5,183) > ttabel (1,670). Dan nilai signifikan (0,01) < (0,05) menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk ditoko *online* berkah berlimpah Kebumen. Proses transaksi yang sederhana dan mudah meningkatkan kecenderungan konsumen untuk menyelesaikan pembelian mereka dengan mudah.
5. Nilai R square sebesar 0,931 berarti 93,1% hal tersebut dapat disimpulkan bahwa factor-faktor Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh diskon, promo gratis ongkos kirim dan kemudahan transaksi. Sedangkan 6,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **B. SARAN**

1. Diskon secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di toko *online* berkah berlimpah. Pemilik toko *online* berkah berlimpah perlu melakukan strategi pemasaran lagi agar produknya lebih laris terjual dan perlu meninjau Kembali strategi diskon yang terlalu besar dapat menurunkan persepsi kualitas produk. sebagai gantinya toko dapat memberikan diskon yang wajar dan terencana dengan baik serta mengomunikasikan alasan di balik diskon tersebut dengan jelas.

2. Program gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan dan positif hal ini disarankan agar toko *online* berkah berlimpah terus menawarkan program gratis ongkos kirim, terutama untuk pembelian dengan nilai tertentu. Ini tidak hanya meningkatkan pembelian tetapi juga dapat mendorong pembelian berulang.
3. Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan dan positif, hal ini pemilik toko *online* berkah berlimpah harus terus berinovasi dalam memperbaiki dalam kualitas layanan dan transaksi agar pelanggan lebih mudah berbelanja ditoko tersebut.
4. Selain strategi pemasaran seperti diskon, gratis ongkos kirim, dan kemudahan transaksi, toko *online* berkah berlimpah juga harus tetap fokus menjaga kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh toko. Hal ini akan memastikan kepuasan konsumen yang tinggi dan akan meningkatkan mereka untuk melakukan pembelian ulang.