

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diambil kesimpulan:

1. Diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee pada Mahasiswa S1 Universitas Dharma Andalas Padang. Hal ini dikarenakan nilai signifikan  $(0.000) < 0.05$ .
2. Gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee pada Mahasiswa S1 Universitas Dharma Andalas Padang. Hal ini signifikan  $(0.043) < 0.05$ .
3. *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee pada Mahasiswa S1 Universitas Dharma Andalas Padang. Hal ini signifikan  $(0.000) < 0.05$ .
4. Diskon harga, gartis ongkos kirim dan *Live streaming* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee pada Mahasiswa S1 Universitas Dharma Andalas Padang. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi  $(0,000) < 0,05$ .
5. Diskon hraga, gratis ongkos kirim, dan *Live streaming* mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 0,536 yang artinya variabel tersebut mempengaruhi variabel terikat sebesar 53,6% sedangkan sisanya sebesar 46,4% di pengaruhi oleh variabel lain seperti, kualitas produk, harga, *online customer rating* dan *online customer review*.

## **5.2 Saran**

Berikut adalah saran untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian, analisis dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini dapat diberikan sebagai berikut :

### **1. Bagi Perusahaan**

1. Pada variabel diskon harga, peneliti menyarankan agar harga di marketplace shopee yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen.
2. Pada variabel gratis ongkos kirim peneliti menyarankan agar gratis ongkos kirim shopee memediasi hubungan efektifitas tagline terhadap keputusan pembelian, dengan cara menjaga nama agar tetap terkenal dan tetap menjadi pelopor e-commerce yang menghadirkan gratis biaya kirim.
3. Pada variabel live streaming peneliti menyarankan agar formulasi karakteristik live streaming media online yang diterapkan jurnalisme daring dapat diukur tingkat kesesuaian produk yang disiarkan dan yang dikirimkan kepada pembeli, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dari pengunjung atas streamers
4. Pada variable keputusan pembelian, peneliti menyarankan agar membuat konsumen memutuskan berbelanja di marketplace shopee karena shopee dapat diandalkan sebagai penyalur yang baik dan berkualitas.

Sebaiknya Marketplace Shopee dapat lebih memperhatikan lagi instrumen Diskon Harga, Promo Gratis Ongkir dan Live Streaming terhadap aplikasinya sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja di shopee.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini sebaiknya menambah variabel lain, karena masih banyak faktor yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian secara online seperti harga, kualitas produk *online customer rating*, *online customer review* dan variabel lainnya yang tentunya disesuaikan dengan kondisi yang terjadi dilapangan yang akan diteliti. Sehingga nantinya hasil penelitian yang diperoleh dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian ini.

