

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dianalisis terhadap 113 responden yang memenuhi kriteria penelitian ini, secara deskriptif maupun statistik dengan bantuan hasil menggunakan Software WarpPLS 7.0 dan SPSS 25, dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini guna untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Diskon tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun diskon sering dianggap menarik, faktor ini tidak dapat menjadi penentu konsumen dalam membuat keputusan pembeliannya.
2. Gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee, dimana konsumen lebih termotivasi untuk berbelanja ketika terdapat program gratis ongkir yang menjadi salah satu daya tarik utama Shopee dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumennya.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana pelayanan yang baik seperti respon dan kejelasan informasi dapat meningkatkan keputusan pembelian dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Shopee.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini disadari bahwa penelitian masih memiliki keterbatasan dalam penulisan penelitian yaitu:

1. Dalam penyebaran kuesioner yang berfokus pada pengguna Shopee yang aktif dalam 1 bulan terakhir dan berfokus pada pengguna Shopee pada masyarakat Desa Payaman Kabupaten Lamongan.
2. Kemungkinan kurangnya mempertimbangkan keragaman social, ekonomi dan budaya yang mungkin berbeda di tiap individu di daerah payaman.
3. Waktu pengambilan data yang terbatas sedangkan lingkungan akan berubah setiap saat, sehingga mempengaruhi hasil penelitian karena preferensi konsumen dapat berubah seiring waktu.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti memiliki beberapa saran kepada pihak terkait sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna yang sebaiknya untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti Kembali variabel yang berkaitan dengan variabel baru lainnya seperti penambahan variabel bebas atau variabel yang berkaitan dengan kualitas fitur live streaming di Shopee, lalu dapat memberikan keunikan dalam penelitian dengan cara melakukan penelitian di skala kecamatan atau desa yang jauh dari kota besar, serta menggunakan metode penelitian yang beragam seperti wawancara atau observasi dan penambahan jumlah sampel ukuran yang dapat ditingkatkan untuk keakuratan keadaan hasil penelitian yang

baik karena sampel yang lebih besar mencerminkan keseluruhan populasi dengan baik.

## 2. Untuk Perusahaan Shopee

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diduga diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan Shopee dapat untuk lebih memperhatikan pentingnya diskon bagi konsumen untuk meningkatkan pembelian dan keputusan membeli. selain itu berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini perusahaan Shopee juga dapat meninjau beberapa saran seperti:

1. (Diskon) dapat meningkatkan frekuensi diskon, perusahaan Shopee sebaiknya lebih sering memberikan diskon tanpa minimum atau maximum saat berbelanja di Shopee.
2. (Kualitas pelayanan) dapat meningkatkan sosialisasi layana purna jual dimana perusahaan dapat lebih efektif dalam mensosialisasikan layanan purna jual yang tersedia, sehingga konsumen lebih aware dan merasa lebih dihargai ketika mengalami masalah dengan produk yang yang di beli pelanggan.
3. (Keputusan pembelian) dapat meningkatkan personalis experies pada pelanggan yang dapat memberikan rekomendasi produk yang lebih personal dan sesuai dengan preferensi pelanggan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen

## DAFTAR RUJUKA

- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., Internasional, J., & Teknik, P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee.*
- Astuti, N. P., & Susila, I. (2022). *Influence Analysis of Customer Ratings Reviews Online , Free Shipping Promotion and Discount Promotion on Purchasing Decisions in E-Commerce.* 218(Icoebs), 38–46.
- Baeha, R. A., Tobing, B. L., Waruwu, B. J. W., Zebua, C. A. P., & Nababan, T. (2020). *Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan.*
- Cahyadi, L., & Cahyadi, W. (2023). *The Influence Of Transactional Leadership Style And Transformational On Organizational Commitment With Compensation As A Moderating Variable.* JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia). <https://doi.org/10.29210/020231736>
- CV. Pradina Pustaka. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Pradina Pustaka. [www.pradinapustaka.com](http://www.pradinapustaka.com)
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). *Assessing Measurement Model Quality In PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis.* *Journal Of Business Research*, 109(August 2019), 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis. In Book (Vol. 87, Issue 4).* [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing | Pearson. In Pearson.*
- Lengkong, A. G., Mangantar, M., & Arie, F. V. (2023). *A . G . Lengkong ., M . Mangantar ., F . V . Arie The Influence Of Service Quality And Consumer Trust Towards Customer Satisfaction On Shopee In Manado Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Jurnal Emba Vol . 11 No . 2 April 2023 , . 11(2), 1–10.*
- Lim, X. J., Cheah, J. H., Ng, S. I., Basha, N. K., & Soutar, G. (2021). *Will You Stay Or Will You Go? The Effects Anthropomorphism Presence And The Marketing Mix Have On Retail App Continuance Use Intention. Technological*

*Forecasting And Social Change*, 168(July 2020), 120763.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120763>

Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). *Effect Of Easiness , Service Quality , Price , Trust Of Quality Of Information , And Brand Image Of Consumer Purchase Decision On Shopee Online Purchase*. 5(2), 100–110.

Preston, C. C., & Colman, A. M. (2000). *Optimal Number Of Response Categories In Rating Scales: Reliability, Validity, Discriminating Power, And Respondent Preferences*. *Acta Psychologica*, 104(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5)

Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). *Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Riset Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>

Razali, G., Andamisari, D., Saputra, J., & Komunikasi, P. M. (2022). *Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir*. 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>

Riduwan, & Akdon. (2020). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Data Statistika*. In Alfabeta.

Rochman, H. N., & Kusumawati, E. (2023). *Analysis Of The Influence Of Promotions , Influencers , Convenience , Service Quality And Prices On The Tiktok Application On Purchasing Decisions On The " Tiktok Shop " ( Study On Accounting Students Of Muhammadiyah University Of Surakarta Class Of*. 06(04), 9–20.

Salimon, M. G., Yusoff, R. Z. Bin, & Mohd Mokhtar, S. S. (2017). *The Mediating Role Of Hedonic Motivation On The Relationship Between Adoption Of E-Banking And Its Determinants*. *International Journal Of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2016-0060>

Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). *Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee*. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D Sugiyono 2019. Metode Penelitian*.

Syacroni, M. I., Hamdan, H., & Ilhamalimy, R. R. (2023). *The Effect of E-Service Quality , Website Quality , Promotion , and E-Trust on Repurchase Intentions at E-Commerce Shopee in DKI Jakarta*. 193–205.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). *Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta; Andi. Jurnal of Business and Management Sciences. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>*
- Uma sekaran and Roger Bougie. (2016). *Research Methods For Business. Research Methods for Business\_Askill-Building Approach, Seventh, 1–23.*
- Yendola, R. A., & Windasari, N. A. (2023). *Role Of Threshold Of Free Shipping Promotion And Product Type On Impulsive Buying Behaviour In E-Commerce Platform. The Winners, 23(2), 161–171. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i2.8140>*