

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada BAB IV dengan Judul **Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Dan Diskon Terhadap Minat Beli Barang Online Di Shopee Pada Mahasiswa STIE PPI Jurusan Manajemen Tahun Akademik 2019/2020**. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai $T_{hitung} > T_{tabel} = 3,159 > 1,669$ dengan nilai signifikan $(p) = 0,002 < 0.05$. hal ini membuktikan bahwa variabel gratis Ongkos Kirim (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli (Y). sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *Standardized Coefficiens Beta* sebesar 0,303 atau 30,3%
2. Nilai $T_{hitung} > T_{tabel} = 5,938 > 1,669$ dengan nilai signifikan $(p) = 0,000 < 0.05$. hal ini membuktikan bahwa variabel diskon (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli (Y). sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *Standardized Coefficiens Beta* sebesar 0,569 atau 56,9%.
3. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 47,987 > 3,15$ dengan nilai signifikan variabel gratis Ongkos Kirim (X1) dan variabel diskon (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Sehingga

4. dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak pada Model Summary = 0,595 atau 59,5 sedangkan 40,5% dipegaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil hasil kesimpulan di atas, peneliti menyarankan:

1. Disarankan bagi PT. Shopee Indonesia disarankan mempertahankan citra *e-commerce* yang muncul dari promosi “Gratis Ongkos Kirim” agar menambah minat beli konsumen dan juga menjaga nama agar tetap terkenal dan tetap menjadi pelopor *e-commerce* yang menghadirkan gratis biaya kirim, meningkatkan fasilitas *e-commerce* Shopee agar tetap *up to date*, meningkatkan manfaat *e-commerce* Shopee, menjadikan fasilitas *e-commerce* Shopee agar mudah diterima di masyarakat, menghadirkan promosi yang tidak kalah menariknya dengan *e-commerce* lain. .
2. Disarankan bagi shopee untuk memberikan diskon dengan frekuensi yang lebih sering dan mengurangi jumlah minimal belanja untuk bisa menggunakan voucher diskon.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabelvariabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas responden tidak hanya dalam satu jurusan saja tetapi mengambil responden yang lebih besar dari satu jurusan, sehingga diperoleh daya generalisasi hasil penelitian yang lebih benar.