

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada pengguna Bukalapak di Kota Bekasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Diskon (X_1) dan Gratis Ongkir (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji F, hasil F hitung $>$ F tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Besarnya pengaruh sebesar 0,761 atau 76,1% dan sisanya sebesar 23,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Diskon (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan Uji t, hasil t hitung $>$ t tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Besarnya pengaruh sebesar 0,552 atau 55,2% dan sisanya 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Gratis Ongkir (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan Uji t, hasil t hitung $>$ t tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Besarnya pengaruh sebesar 0,550 atau 55% dan sisanya 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Keputusan Pembelian pada Bukalapak adalah sebagai berikut :

1. Diskon dan Gratis Ongkir pada Bukalapak sudah cukup tinggi sehingga perlu ditingkatkan agar para calon konsumen tetap melakukan pembelian pada Bukalapak. Oleh karena itu, disarankan untuk Bukalapak agar sering melakukan promosi dan program-program yang menarik kepada para pengguna Bukalapak. Sehingga para pengguna Bukalapak menjadi loyal dan sering melakukan pembelian di Bukalapak serta tidak berpindah ke *e-commerce* yang lainnya.
2. Diskon pada indikator penggunaan diskon di Bukalapak memiliki nilai paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Disarankan agar Bukalapak lebih sering melakukan promosi melalui diskon dengan memberikan potongan harga yang lebih besar. Sehingga akan menarik para calon konsumen untuk melakukan pembelian di Bukalapak.
3. Gratis Ongkir pada indikator saya antusias membeli produk di Bukalapak karena adanya program gratis memiliki nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, disarankan agar Bukalapak lebih sering mengadakan promosi dalam jangka waktu yang lebih panjang agar para pengguna Bukalapak merasa tertarik untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang lebih banyak.
4. Keputusan Pembelian pada indikator saya melakukan pembelian di Bukalapak karena memiliki pilihan penjual yang beragam memiliki nilai

paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Disarankan agar Bukalapak lebih meningkatkan jumlah penjual sehingga pilihan penjual lebih banyak, agar menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

