

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Studi kuantitatif ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian produk fashion di toko e-commerce Tiktok. Ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan diskusi yang telah dilakukan, antara lain :

1. Responden penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2022, sebagian besar berusia 22-23 tahun dan berjenis kelamin perempuan.
2. Berdasarkan deskripsi Variabel diskon harga (X) dan keputusan pembelian (Y) diperoleh; sebagian besar responden setuju jika diskon harga dapat mendorong mereka untuk membeli sesuatu. Selain itu, karena beberapa responden setuju dengan pernyataan yang diajukan, tanggapan responden terhadap keputusan pembelian di Toko TikTok dianggap sangat baik.
3. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi, variabel harga diskon (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan dengan p-value sebesar 0,00 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana signifikan secara statistik.
4. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap dengan nilai 0,673. Ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 67,3%, dan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini mempengaruhi 32,7% dari total.
5. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Diskon Harga (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di TikTok Shop. Dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan kata lain, variabel harga diskon (X) memengaruhi variabel keputusan pembelian di Toko TikTok oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara parsial.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan batasan. Batasan yang ada dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta perbaikan untuk penelitian di masa depan. Berikut adalah beberapa batasan yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Ukuran sampel yang diambil masih minim, yakni hanya 85 peserta dari total populasi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ini disebabkan oleh batasan biaya dan sumber daya peneliti.
2. Informasi dikumpulkan melalui pembagian kuesioner menggunakan google form, yang memungkinkan responden mengisi kuesioner dengan tidak serius sehingga dapat menghasilkan jawaban yang tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peningkatan dalam penelitian. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah jumlah pandangan pelanggan dan ulasan di bagian indikator harga diskon serta variabel bebas seperti kualitas layanan, cashback, gratis ongkir, dan promosi lainnya yang dapat memengaruhi keputusan pembeli pengguna TikTok Shop.

2. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan mampu meningkatkan pemberian diskon harga kepada konsumen, karena hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga diskon terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Konsumen

Disarankan untuk memahami dengan baik langkah-langkah e-commerce sebelum melaksanakan transaksi. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan atau masalah saat berbelanja secara online. Selain itu, diharapkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat mengambil keputusan dalam berbelanja dengan bijak tanpa melanggar batasan yang telah diajarkan dan tidak hanya untuk kepuasan pribadi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan.