

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di DKI Jakarta *flash sale* dan gratis ongkos kirim, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel *Flash Sale* (X1) dan Gratis Ongkos Kirim (X2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $62,018 > 3,09$ ). Adapun rumus persamaan regresi  $Y = 9,358 = 0,276 X1 + 0,978 X2$ . Dari persamaan tersebut bahwa *flash sale* dan gratis ongkos kirim berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat keputusan pembelian.
2. Variabel *Flash Sale* (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $4,480 > 1,985$ ).
3. Variabel Gratis Ongkos Kirim (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $10,443 > 1,985$ ).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut :

1. Sebaiknya *e-commerce* Shopee terus mempertahankan promo *flash sale* supaya *e-commerce* yang dipasarkan berkualitas serta menjadi *e-commerce* nomor satu terkenal di pasaran dengan kekuatan, keunikan, serta keuntungan pada *e-commerce* Shopee sehingga akan mudah berkesan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian ulang.
2. Sebaiknya *e-commerce* Shopee dapat terus meningkatkan promo *flash sale* membeli produk di Shopee karena mendapatkan harga diskon yang lebih besar supaya produk promosi yang diciptakan berkualitas dan berinovasi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya *e-commerce* Shopee lebih meningkatkan promo *flash sale* dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas agar mudah dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli di *e-commerce* Shopee.
4. Sebaiknya *e-commerce* Shopee lebih meningkatkan gratis ongkos kirim yaitu *voucher* gratis ongkos kirim yang di berikan oleh Shopee menarik agar mudah dapat perhatian konsumen untuk membeli di *e-commerce* Shopee.