

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh diskon dan promosi gratis ongkir terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh antara Diskon (X1) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi hal ini berdasarkan nilai thitung 17,147 dan nilai ttabel = 1,661 atau $17,147 > 1,661$ dengan signifikansi 0,000. Maka dapat dijelaskan semakin banyaknya diskon produk yang ditawarkan atau disediakan maka akan besar kemungkinan membuat semakin tinggi minat beli di kalangan mahasiswa untuk berbelanja.
2. Terdapat pengaruh antara Promosi Gratis Ongkir (X2) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi hal ini berdasarkan nilai thitung 19,110 dan nilai ttabel = 1,661 atau $19,110 > 1,661$ dengan signifikansi 0,000. Maka dapat dijelaskan semakin banyaknya gratis ongkos kirim pada produk yang ditawarkan atau disediakan maka akan besar kemungkinan membuat semakin tinggi minat beli di kalangan mahasiswa untuk berbelanja.

3. Terdapat pengaruh Diskon (X1) dan Promosi Gratis Ongkir (X2) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi. Hasil analisis regresi berganda antara variabel Diskon (X1) dan Promosi Gratis Ongkir (X2) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $269,916 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari diskon dan promosi gratis ongkir terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 Universitas Jambi. Jika diskon dan promosi gratis ongkir tinggi maka minat belinya akan meningkat begitupun sebaliknya.

5.2 Implikasi Teoritis

Masalah inti dalam penelitian ini adalah membahas Pengaruh Diskon (X1) dan Promosi Gratis Ongkir (X2) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi. Berdasarkan hasil penelitian dibuktikan variabel Diskon (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli secara *Online* (Y). Selain itu Promosi Gratis Ongkir (X2) juga berpengaruh terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi.

5.2.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, membuktikan bahwa kedua variabel independen yaitu Diskon dan Promosi Gratis Ongkir berpengaruh terhadap

Minat Beli secara *Online* pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 Universitas Jambi melalui implikasi praktis sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa semakin tinggi tingkat Diskon maka akan menyebabkan semakin baik pula Minat Beli secara *Online* pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi.
2. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa semakin tinggi tingkat Promosi Gratis Ongkir maka akan menyebabkan semakin baik pula Minat Beli secara *Online* pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Jambi.
3. Hasil penelitian dapat dikembangkan oleh peneliti lain dalam menyempurnakan maupun mengkaji dan meneliti sehingga dapat dibandingkan hasilnya sekaligus menambah ilmu pengetahuan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Untuk mahasiswa yang ingin melakukan pembelian secara *Online* hendaknya memperhatikan faktor diskon dan promosi gratis ongkir yang ditawarkan oleh sebuah produk dikarenakan dengan adanya diskon maka tentunya akan mendapatkan potongan harga untuk pembelian yang akan dilakukan dan dengan adanya promosi gratis ongkir maka akan semakin hemat karena tidak perlu lagi untuk membayar biaya pengiriman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, faktor – faktor lain apa saja yang mempengaruhi minat beli secara *online* seperti diskon, promosi gratis ongkir, dan sebagainya. Selain itu peneliti juga menyarankan untuk menggunakan sampel yang berbeda sehingga dapat memperluas wawasan.

3. Bagi Peneliti Sendiri

Penelitian ini bisa berguna untuk mengetahui dan menambah pengetahuan terkait pengaruh diskon dan promosi gratis ongkir terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa.