

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Penelitian

1. Analisis deskriptif responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	30	39.5%
Perempuan	46	60.5%
Total	76	100%

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 30 orang atau 39.5% dan perempuan sebanyak 46 orang atau 60.5%. Dengan demikian responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 46 orang atau 60.5%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
18-25 tahun	74	97.4%
26-35 tahun	2	2.6%
Total	76	100%

Sumber : Data Diolah dengan Spss (2019)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 18-25 tahun berjumlah 74 orang dan 26-35 tahun berjumlah 2 orang dan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 18-25 tahun yaitu sebanyak 74 orang atau 97.4%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan uang saku perbulan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendapatan Perbulan

Keterangan	Jumlah	Presentase
Rp. 0-1.500.000	47	61.8%
Rp.1.500.001- 3.000.000	28	36.8%
>Rp. 3.000.000	1	1.3%
Total	76	100%

Sumber data : Data di olah dengan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi tiga kategori. pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden dengan pendapatan Rp.0-1.500.000 yaitu sebesar 61.8% atau 47 responden.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasilnya jika dibandingkan dengan **r tabel** dengan $df = n - k$ dan dengan $\alpha = 5\%$. Subiyantoro, Ary (2016: 17). Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{tidak valid}$, dan Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{valid}$.

1) Variabel gratis ongkos kirim (X1)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkos Kirim

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11.55	2.997	.550	.881
p2	11.64	2.525	.805	.774
p3	11.61	2.829	.730	.809
p4	11.58	2.674	.740	.803

Data diolah dengan SPSS (2019)

jumlah responden (n) = 76

Jumlah pertanyaan (k) = 4

df = n-k = 76-4 = 26

r tabel dengan df= 26 = 0.228

Untuk menguji validitas setiap butir pertanyaan, dapat dilakukan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung < r tabel = **tidak valid**, dan Jika r hitung > r tabel = **valid**.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkos Kirim

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0.550	0.228	Valid
P2	0.805	0.228	Valid
P3	0.730	0.228	Valid
P4	0.740	0.228	Valid

Data diolah dengan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas setiap butir pertanyaan variabel gratis ongkos kirim adalah valid, karena nilai r hitung > r tabel.

2) Variabel Diskon (X2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Diskon

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	11.50	2.733	.677	.878
p2	11.59	2.698	.794	.830
p3	11.47	2.759	.761	.843
p4	11.58	2.780	.754	.846

Data diolah dengan SPSS (2019)

Jumlah responden (n) = 76

Jumlah pertanyaan (k) = 4

$df = n - k = 76 - 4 = 72$

r tabel dengan $df = 72 = 0,228$

Untuk menguji validitas setiap butir pertanyaan, dapat dilakukan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung

$< r \text{ tabel} = \text{tidak valid}$, dan Jika r hitung $> r \text{ tabel} = \text{valid}$.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Diskon

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0. 677	0.228	Valid
P2	0. 794	0.228	Valid
P3	0. 761	0.228	Valid
P4	0. 754	0.228	Valid

Data diolah dengan SPSS (2019)

Dapat dilihat tabel 4.7 bahwa setiap butir pertanyaan variabel diskon adalah valid, karena nilai r hitung lebih besar > dari r tabel.

3) Variabel Iklan (X3)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Iklan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	15.18	2.552	.587	.683
p2	15.24	2.690	.497	.716
p3	15.04	2.865	.493	.719
p4	15.24	2.476	.529	.706
p5	15.14	2.685	.495	.717

Data diolah dengan SPSS (2019)

Jumlah responden (n) = 76

Jumlah pertanyaan (k) = 5

df = n-k = 76-5 = 71

r tabel dengan df= 71= 0,230

Untuk menguji validitas setiap butir pertanyaan, dapat dilakukan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung < r tabel= **tidak valid**, dan Jika r hitung > r tabel= **valid**.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Iklan

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0.587	0.230	Valid
P2	0.497	0.230	Valid
P3	0.493	0.230	Valid
P4	0.529	0.230	Valid
P5	0.495	0.230	Valid

Data diolah dengan SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.9 setiap butir pertanyaan dari variabel iklan adalah valid dikarenakan r hitung > r tabel, p1 r hitung 0.58 > r tabel 0.230, p2 r hitung 0.497 > r tabel 0.230, p3 r hitung 0.493 > r tabel 0.230, p4 r hitung 0.529 > r tabel 0.230, dan p5 r hitung 0.495 > r tbael 0.230.

4) Keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	30.89	13.215	.677	.879
p2	30.95	13.571	.601	.885
p3	30.72	13.856	.622	.883
p4	30.72	13.936	.570	.887
p5	30.76	13.996	.618	.884
p6	30.76	13.810	.669	.880
p7	30.74	13.103	.811	.869
p8	30.53	12.679	.662	.881
p9	30.55	12.571	.683	.879

Data diolah dengan SPSS (2019)

Jumlah responden (n) = 76

Jumlah pertanyaan (k) = 9

$df = n - k = 76 - 9 = 67$

r tabel dengan $df = 67 = 0.237$

Untuk menguji validitas setiap butir pertanyaan, dapat dilakukan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} =$ **tidak valid**, dan Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} =$ **valid**.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
P1	677	0.237	Valid
P2	601	0.237	Valid
P3	622	0.237	Valid
P4	570	0.237	Valid
P5	618	0.237	Valid
P6	669	0.237	Valid
P7	811	0.237	Valid
P8	662	0.237	Valid
P9	683	0.237	Valid

Data diolah dengan SPSS (2019)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu kuesioner penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% atau

tingkat signifikansi 5%. Pengujian reliabel dengan metode *Alpha Cronbach* ini, maka nilai r_{hitung} diwakili oleh nilai *Alpha*. Apabila *Alpha* hitung lebih besar dari pada r_{tabel} dan *Alpha* hitung bernilai positif, maka suatu kuesioner dapat disebut reliabel.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Alpha* hitung dengan nilai standar = 0,60 jika nilai *Alpha* hitung > 0,60 maka konstruk pertanyaan adalah **reliable**, sedangkan jika nilai *Alpha* hitung < 0,60 maka konstruk pertanyaan **tidak reliable**.

1) Variabel Gratis Ongkos Kirim (X1)

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gratis Ongkos Kirim

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Alpha* hitung dengan nilai standar = 0,60 jika nilai *Alpha* hitung > 0,60 maka konstruk pertanyaan adalah **reliable**, sedangkan jika nilai *Alpha* hitung < 0,60 maka konstruk pertanyaan **tidak reliable**.

Data di atas menunjukkan nilai *Alpha* = 0.858 lebih besar dari nilai standar yaitu 0.60, maka semua pertanyaan adalah **reliable**.

2) Variabel Diskon (X2)

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diskon

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	4

Data diolah dengan SPSS

Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Alpha hitung dengan nilai standar = 0,60 jika nilai Alpha hitung > 0,60 maka konstruk pertanyaan adalah **reliable**, sedangkan jika nilai Alpha hitung < 0,60 maka konstruk pertanyaan **tidak reliable**.

Data di atas menunjukkan nilai Alpha = 0.883 lebih besar dari nilai standar yaitu 0.60, maka semua pertanyaan adalah **reliable**.

3) Variabel Iklan (X3)

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	5

Data diolah SPSS

Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Alpha hitung dengan nilai standar = 0,60 jika nilai Alpha hitung $> 0,60$ maka konstruk pertanyaan adalah **reliable**, sedangkan jika nilai Alpha hitung $< 0,60$ maka konstruk pertanyaan **tidak reliable**.

Data di atas menunjukkan nilai Alpha = 0.753 lebih besar dari nilai standar yaitu 0.60, maka semua pertanyaan adalah **reliable**.

4) Keputusan Pembelian

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	9

Data diolah dengan SPSS

Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Alpha hitung dengan nilai standar = 0,60 jika nilai Alpha hitung $> 0,60$ maka konstruk pertanyaan adalah **reliable**, sedangkan jika nilai Alpha hitung $< 0,60$ maka konstruk pertanyaan **tidak reliable**.

Data di atas menunjukkan nilai Alpha = 0.893 lebih besar dari nilai standar yaitu 0.60, maka semua pertanyaan adalah **reliable**.

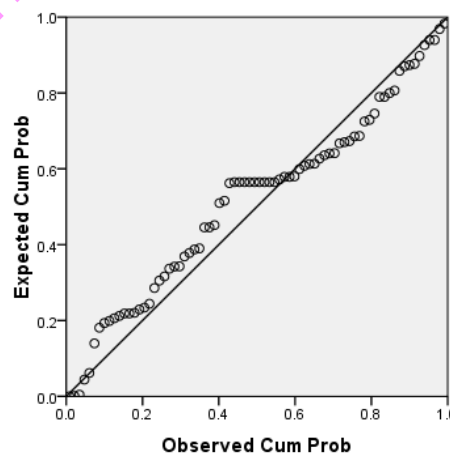
3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012:160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal grafik. Data pengambilan keputusan normalitas data yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal maka regresi tersebut memenuhi normalitas, sedangkan jika data menyebar lebih jauh dan tidak mengikuti arah garis maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: keputusan pembelian



Data diolah dengan spss (2019)

Dengan melihat gambar di atas data berdistribusi normal dan menyebar disekitar garis diagonal, karena untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal grafik. Data pengambilan keputusan normalitas data yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal maka regresi tersebut memenuhi normalitas.

4. Hasil Uji Multikolinearitas

Untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel – variabel independen dalam model regresi linear berganda. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (tidak terjadi multikolinearitas), salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan metode Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai tolerance lebih besar dari $>0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari $<10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.217	3.908		2.870	.005		
variabel gratis ongkos kirim	.728	.195	.383	3.738	.000	.734	1.363
variabel diskon	.720	.192	.381	3.757	.000	.751	1.332
variabel iklan	.055	.198	.027	.278	.782	.848	1.179

a. Dependent Variable:
keputusan pembelian

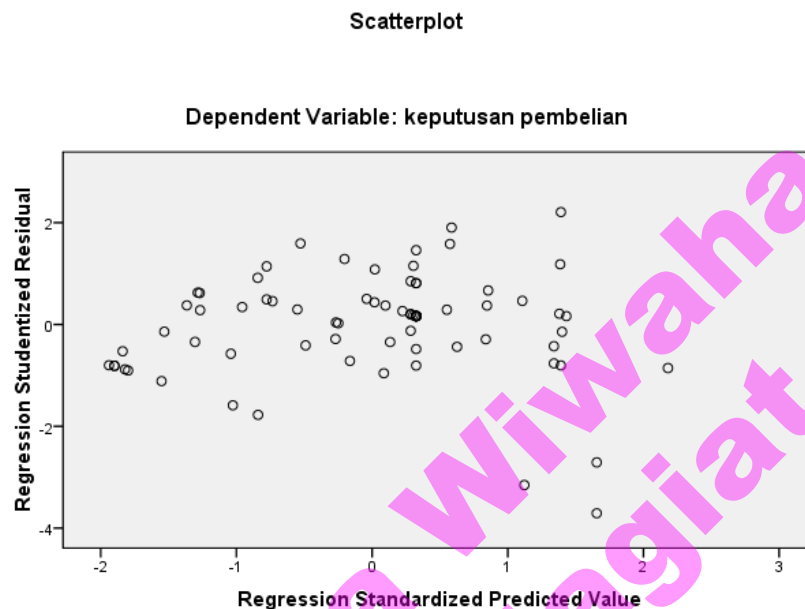
Sumber Data : Di olah menggunakan SPSS (2019)

Dari tabel di atas kita dapat melihat nilai tolerance lebih besar dari nilai $>0,10$ dan nilai VIF lebih kecil dari $<10,00$, jadi dapat disimpulkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinearitas.

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Scatter Plot. Hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Data di olah dengan SPSS(2019)

Berdasarkan gambar terlihat tidak terdapat pola dan menyebar acak, dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap di namakan homoskedastisitas.

6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh iklan, gratis ongkos kirim, dan diskon terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda adalah sebagai berikut:

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan, Dasar pengambilan keputusan Uji t:

Jika nilai sig. < 0.05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Jika nilai sig. > 0.05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

$$T \text{ tabel} = (a/2 : n-k-1) = (0.025 : 76-3-1) = 0.025 : 72 = 1.996$$

Tabel 4.17
Hasil Analisis Uji T

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.217	3.908		2.870	.005		
variabel gratis ongkos kirim	.728	.195	.383	3.738	.000	.734	1.363
variabel diskon	.720	.192	.381	3.757	.000	.751	1.332
variabel iklan	.055	.198	.027	.278	.782	.848	1.179

a. Dependent Variable:

keputusan pembelian

Data diolah dengan SPSS (2019)

1) Pengujian Hipotesis pertama (H1)

Diketahui Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.738 > t$ tabel 1.996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

2) Pengujian Hipotesis kedua (H2)

Diketahui Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.757 > t$ tabel 1.996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

3) Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

Diketahui signifikan untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0.782 > 0.05$ dan nilai t hitung $0.278 < t$ tabel 1,996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui mana variasi variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variasi tidak bebasnya secara serempak. Dasar pengambilan keputusan Uji F:

Jika nilai sig. < 0.05 , atau F hitung $> F$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y.

Jika nilai sig. > 0.05 , atau F hitung $< F$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y.

$$T_{\text{tabel}} = (k : n-k) = (3 : 76-3) = (3 : 73) = 2.73$$

Tabel 4.18
Hasil Analisis Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	558.798	3	186.266	19.176	.000 ^a
	Residual	699.360	72	9.713		
	Total	1258.158	75			

Data diolah dengan SPSS (2019)

Berdasarkan output tabel 4.18 diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1,X2,dan X3 secara silmutan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $19.176 > 2.73$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1,X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.

c. Uji R

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah $0 < R^2 < 1$ dimana R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.421	3.117

a. Predictors: (Constant), variabel diskon, variabel iklan, variabel gratis ongkos kirim
Data diolah dengan SPSS (2019)

Dalam analisis regresi berganda dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatukan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai R^2 (R Square) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Apabila R^2 sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model dikatakan lebih baik jika nilai R^2 mendekati 1. Dari tabel diatas dapat koefisien determinasi sebesar 0.444 maka dapat di artikan bahwa 44.4% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh iklan, gratis ongkos kirim, dan diskon. Sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

B. Pembahasan

1. Pengaruh gratis ongkos kirim shopee terhadap keputusan pembelian konsumen.

Diketahui Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.738 > t$ tabel 1.996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

Gratis ongkos kirim shopee memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

2. Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian konsumen

Berdasarkan 4.18 diketahui Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.757 > t$ tabel 1.996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Diskon shopee terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta adalah berpengaruh.

3. Pengaruh iklan Shopee di televisi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dilihat dari hasil analisis regresi berganda yaitu uji t diketahui signifikan untuk pengaruh X3 (iklan shopee) terhadap Y (keputusan

pembelian) adalah sebesar $0.782 > 0.05$ dan nilai t hitung $0.278 < t$ tabel 1,996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X_3 terhadap Y .

Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan shopee di televisi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

4. Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon dan iklan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan output tabel 4.18 diketahui nilai sig. untuk pengaruh X_1, X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $19.176 > 2.73$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1, X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y .

Secara bersamaan diskon, gratis ongkos kirim, dan iklan dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Gratis ongkos kirim shopee memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa jurusan manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
2. Diskon shopee memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa jurusan manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
3. Iklan shopee di televisi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
4. Secara bersamaan iklan di televisi, gratis ongkos kirim dan diskon shopee memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pada mahasiswa kelas malam jurusan manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis, maka saran yang diberikan adalah untuk lebih mengevaluasi penting atau tidak nya iklan di televisi dan meningkatkan jangkaun iklan di televisi khususnya untuk mahasiswa, karena dari hasil analisis bahwa iklan di televisi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa kelas malam jurusan

manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Dan juga harus melihat bahwa pengaruh gratis ongkos kirim dan diskon memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Walaupun secara bersamaan gratis ongkos kirim, diskon dan iklan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat