

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis akan menarik kesimpulan. Dari kesimpulan tersebut penulis memberikan saran yang mungkin dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan pada “Promosi Bakar Uang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Shopeefood Kota Palembang, diperoleh kesimpulan yaitu :

- 1 Melalui hasil uji parsial T, disimpulkan bahwa promosi bakar uang berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dan juga menurut koefisien korelasi memiliki hubungan yang kuat atau erat sebesar 0,682 atau 68,2%.
2. Promosi bakar uang juga memiliki pengaruh positif pada konsumen shopeefood Kota Palembang. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai thitung mendapatkan nilai lebih besar daripada t tabel yaitu sebesar t hitung 5,440 > t tabel 2,032 besar pengaruh promosi bakar uang yaitu sebesar 0,465 atau sebesar 46,5% dan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh lainnya.

#### **5.2 Saran**

Setelah melihat penelitian ini dan membuat kesimpulan adapun saran terhadap PT. Shopee Indonesia tetap harus mempertahankan diskon dan gratis ongkir lainnya serta melakukan pembaruan terhadap promosi yang dilakukannya karena promosi mempunyai hubungan ataupun pengaruh untuk konsumen melakukan pembelian

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mencari atau membuat faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian shopeefood dan memberikan gambaran lainnya dan menggunakan skala populasi yang besar dan luas. Semoga ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.