

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Pengaruh jenis pemberian voucher terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee didapatkan Model regresi linier berganda  $Y = 0,705 + 0,127X_1 + 0,228X_2 + 0,015X_3 + 0,266X_4 + 0,284X_5$  dengan penjelasan sebagai berikut. Pengaruh voucher gratis ongkir maksimal Rp.9000 ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,127, voucher diskon 60% dengan maksimal diskon Rp. 25.000 dan minimal pembelian Rp. 40.000 ( $X_2$ ) sebesar 0,228, pengaruh Voucher diskon 30% sampai dengan 50% dengan maksimal diskon Rp. 18.000 dengan pembelian Rp. 40.000 ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,015, pengaruh voucher diskon senilai Rp. 150.000 dengan pembelian voucher seharga Rp. 1, dimana pemakaian untuk pembelian maksimal Rp. 10.000 per transaksi selama 15 kali pembelian( $X_4$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,266 dan pengaruh Pemberian voucher diskon makanan pada restoran tertentu ( $X_5$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,284.

#### 5.2 Saran

Saran ini diberikan untuk pihak terkait dalam mendukung menganalisis pengaruh kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian terkait :

1. Shopee memperpanjang masa kadaluarsa voucher diskon pada restoran tertentu pada shopee food.
2. Shopee mengevaluasi ulang pemberian Voucher diskon 30% sampai dengan 50% dengan maksimal diskon Rp. 18.000 dengan pembelian Rp. 40.000 karena dirasa sangat tidak signifikan.
3. Shopee memberikan jenis voucher terbaru untuk menarik konsumen