

diskon secara signifikan berhubungan dengan perubahan pada perilaku pembelian tidak terencana. Semakin tinggi nilai diskon yang diberikan, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara tidak terencana juga meningkat. Hubungan yang kuat ini menunjukkan bahwa harga diskon merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pembelian tidak terencana.

Variabel harga diskon juga berpengaruh secara parsial dengan hasil uji t dari variabel harga diskon adalah tabel di ketahui bahwa t_{hitung} pada variabel harga diskon yaitu 5.424. dapat dilihat dari hasilnya diketahui bahwa t_{hitung} yaitu $5.424 > 1.649$ artinya H_a diterima dengan nilai signifikan pada variabel harga diskon yaitu $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga diskon terbukti secara empiris berpengaruh signifikan dalam memicu terjadinya tindakan pembelian tidak terencana bagi para pengguna Shopee yang berdomisili di Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif menggunakan SPSS versi 26.0 terhadap 347 responden, variabel harga diskon (X) memiliki rentang nilai antara 18 hingga 30 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 25,09 dan standar deviasi sebesar 2,916. Mayoritas responden, yaitu sebanyak 84,3%, menilai bahwa implementasi harga diskon pada pengguna Shopee tergolong dalam kategori baik, yang mengindikasikan bahwa potongan harga yang ditawarkan dianggap memadai, menarik, memberikan nilai ekonomis, serta mampu menciptakan persepsi positif yang efektif dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan inferensial menggunakan SPSS versi 26.0 terhadap 347 responden, variabel pembelian tidak terencana memiliki rentang nilai 24 hingga 40 ($mean = 30,78$; $SD = 3,750$) dengan 86,5% responden masuk dalam kategori baik, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran Shopee efektif memicu perilaku

belanja spontan. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan searah yang kuat dan signifikan antara harga diskon dan pembelian tidak terencana ($r = 0,623$; $\text{Sig.} = 0,000$), yang diperkuat oleh hasil uji t di mana $t_{\text{hitung}} = 5,424 > t_{\text{tabel}} = 1,649$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Melalui analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan $Y = 12,188 + 0,341X$, di mana variabel harga diskon terbukti memberikan kontribusi pengaruh yang nyata secara statistik sebesar 60,9% terhadap keputusan pembelian tidak terencana, sementara 39,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

3. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 26, dapat disimpulkan bahwa variabel harga diskon terbukti memiliki hubungan positif yang kuat ($r = 0,623$; $\text{Sig.} = 0,000$) dan berpengaruh signifikan secara parsial ($t_{\text{hitung}} = 5,424 > t_{\text{tabel}} = 1,649$) terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada pengguna Shopee di Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri. Hasil pengujian hipotesis yang menolak H_0 dan menerima H_a ini menunjukkan bahwa kebijakan harga diskon merupakan faktor krusial yang secara empiris mampu memicu peningkatan perilaku belanja spontan konsumen; artinya, semakin menarik atau tinggi diskon yang ditawarkan, maka kecenderungan

pengguna untuk melakukan pembelian tidak terencana juga akan meningkat secara signifikan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna Shopee di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
 - a. Responden diharapkan dapat mereduksi perilaku pembelian impulsif (*unplanned buying*) dengan menyusun daftar belanja sebelum melakukan transaksi. Hal ini bertujuan untuk meminimalisasi pembelian komoditas yang tidak prioritas, sehingga alokasi pengeluaran menjadi lebih terencana.
 - b. Responden diharapkan dapat mereduksi perilaku pembelian impulsif (*unplanned buying*) dengan menyusun daftar belanja sebelum melakukan transaksi. Hal ini bertujuan untuk meminimalisasi pembelian komoditas yang tidak prioritas, sehingga alokasi pengeluaran menjadi lebih terencana.
 - c. Konsumen disarankan untuk lebih selektif dalam melakukan pembelian dengan mengutamakan kualitas produk dan menyesuaikan harga terhadap kemampuan finansial. Langkah ini diperlukan untuk menghindari

penyesalan pasca-pembelian (*post-purchase regret*) serta mencegah perilaku konsumsi yang berlebihan atau pemborosan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada variabel harga diskon. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti guna memperkaya literatur dan sudut pandang penelitian.
- b. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini memiliki peran signifikan terhadap perilaku pembelian tidak terencana, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan menguji variabel-variabel lain yang relevan .