

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri mengenai pengaruh live streaming dan program diskon terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, maka dapat di tarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel *live streaming* shopee pada mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 62,68 dengan standar deviasi sebesar 6,294. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *live streaming* shopee termasuk dalam kategori cukup ($59,53 < X \leq 65,83$).
2. Variabel program diskon pada mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28,95 dengan standar deviasi 4,057. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel program diskon berada pada kategori cukup ($26,92 < X \leq 30,98$).
3. Variabel keputusan pembelian pada mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 48,67 dengan standar deviasi 4,269. Berdasarkan nilai tersebut, tingkat keputusan pembelian pada mahasiswa tergolong dalam kategori cukup ($46,54 < X \leq 50,80$).

4. Berdasarkan hasil analisis pada uji t, variabel *live streaming* (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,240 dengan nilai Sig. $0,002 < 0,05$. Dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri pada *marketplace* shopee.
5. Berdasarkan hasil analisis pada uji t, variabel program diskon (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel program diskon sebesar 4,946 dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan, bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya program diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2024 UIN Syekh Wasil Kediri pada *marketplace* shopee.
6. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel *live streaming* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. $0,002 < 0,05$. Selain itu, variabel program diskon juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan oleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Secara simultan, variabel *live streaming* dan program diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini dibuktikan oleh nilai F_{hitung} sebesar 29,982 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Lebih lanjut, diperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,362 menunjukkan bahwa variabel *live streaming* dan program diskon mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 36,2%, sedangkan sisanya

sebesar 63,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti harga, produk, suasana toko.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha, disarankan untuk meningkatkan kualitas *live streaming* dengan menyajikan informasi produk secara jelas, menarik, dan komunikatif agar mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Pelaku usaha juga perlu memberikan program diskon yang sesuai dan tidak berlebihan sehingga tetap memberikan keuntungan bagi perusahaan tanpa mengurangi kualitas produk.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, kepercayaan konsumen, *electronic word of mouth* (e-WOM), maupun kualitas pelayanan.
4. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan objek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian lebih luas dan bervariasi.