

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian terhadap data yang diperoleh penulis dengan judul Pengaruh diskon dan minat beli terhadap keputusan pembelian Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi dengan jumlah responden yang ada dalam penelitian ini adalah 96 orang. Setelah melakukan penyebaran kuesioner melalui *google* formulir dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Diskon tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi. Hal ini dapat diketahui melalui uji T dengan kriteria $\text{sig} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Diketahui nilai $0,130 > 0,05$ dan Nilai hitung $1,528 < 1,986$. Sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X1 dan Variabel Y.
2. Minat beli berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi. Hal ini dapat diketahui melalui uji t dengan kriteria $\text{sig} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Diketahui nilai $0,000 < 0,05$ dan Nilai hitung $6,046 > 1,986$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel minat beli (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y) yang sangat signifikan.
3. Berdasarkan hasil Uji SPSS secara simultan di dapatkan hasil uji f didapatkan yaitu nilai $f = 64,185 > \text{dari } f \text{ tabel } 3,09$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara diskon

(X1) dan minat beli (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Yuni House Boutique sebaiknya mengurangi frekuensi diskon karena tidak signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Fokus pada strategi pemasaran seperti kualitas produk, layanan pelanggan, atau nilai tambah lainnya. Terapkan program loyalitas pelanggan seperti poin reward atau hadiah kecil untuk meningkatkan keterikatan. Pendekatan ini diharapkan memperkuat hubungan pelanggan dengan brand secara berkelanjutan.
2. Minat beli sangat signifikan memengaruhi keputusan pembelian, sehingga perlu fokus membangun brand image. Gunakan kampanye pemasaran digital yang menonjolkan kualitas, tren fashion terkini, dan testimonial pelanggan. Manfaatkan media sosial dengan konten visual menarik dan testimoni positif. Tekankan keunggulan produk seperti bahan berkualitas, desain eksklusif, dan kenyamanan untuk memperkuat persepsi positif.
3. Kombinasi diskon kecil dan peningkatan minat beli dapat menjadi strategi efektif. Tawarkan promosi seperti diskon produk kedua atau paket bundling. Padukan dengan visual menarik, event eksklusif, atau kolaborasi dengan influencer lokal. Bangun hubungan baik dengan pelanggan melalui layanan ramah, pengalaman belanja nyaman, dan respon cepat terhadap pertanyaan.