

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan diskusi yang sudah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Voucher Gratis Ongkir berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Repeat Order* pada aplikasi TikTok Shop. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,455 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik program voucher gratis ongkir yang diberikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk melakukan pembelian ulang pada aplikasi TikTok Shop karena adanya penghematan biaya pengiriman dan manfaat ekonomis yang dirasakan konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Repeat Order* pada aplikasi TikTok Shop. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,576 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,566 > 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon menyukai program diskon dan memberikan penilaian positif terhadap diskon, namun keputusan untuk melakukan pembelian ulang lebih dipengaruhi oleh pengalaman berbelanja, kualitas produk, serta kepuasan yang dirasakan setelah melakukan transaksi sebelumnya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa voucher gratis ongkir dan diskon secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Repeat Order* pada aplikasi TikTok Shop. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi kedua strategi promosi tersebut mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk melakukan pembelian ulang, karena memberikan keuntungan ekonomis berupa pengurangan biaya

pengiriman dan potongan harga produk. Dengan demikian, semakin menarik program voucher gratis ongkir dan diskon yang diberikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan *Repeat Order* pada TikTok Shop.

B. Saran

Bagian saran ini ditujukan kepada seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam penelitian, dengan harapan dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dan rujukan bagi pelaksanaan penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, rekomendasi yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak TikTok Shop dan para penjual online, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan strategi promosi berupa voucher gratis ongkir karena terbukti mampu mendorong keputusan *Repeat Order* konsumen. Selain itu, penjual juga perlu memperhatikan kualitas produk, kesesuaian deskripsi barang, serta kepuasan pelanggan setelah transaksi, karena konsumen tidak hanya mempertimbangkan promosi, tetapi juga pengalaman berbelanja yang mereka rasakan dalam melakukan pembelian ulang.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan *Repeat Order*, seperti kualitas produk, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi, maupun *customer review*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar serta cakupan objek penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja pada platform *e-commerce*.