

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diskon, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Momoyo Kota Blitar. Sampel yang digunakan adalah 120 responden yang membeli produk Momoyo Kota Blitar dengan menggunakan voucher TikTok Shop. Adapun hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diskon berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Momoyo di Kota Blitar.
2. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Momoyo di Kota Blitar.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Momoyo di Kota Blitar.
4. Diskon, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Momoyo di Kota Blitar.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu disadari agar dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Momoyo yang berada di Kota Blitar dan berbelanja melalui TikTok Shop, sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisasikan untuk seluruh konsumen Momoyo di daerah lain atau yang

berbelanja melalui platform lain. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian masih terbatas pada satu lokasi dan satu platform e-commerce.

Kedua, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner. Hal ini membuat data yang diperoleh sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden dalam menjawab setiap pernyataan. Peneliti tidak melakukan wawancara mendalam, sehingga tidak dapat menggali lebih dalam alasan-alasan di balik jawaban responden. Selain itu, faktor-faktor lain yang mungkin juga memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi lainnya, ulasan konsumen, dan kualitas produk, tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada pihak Momoyo di Kota Blitar agar lebih memfokuskan strategi pemasarannya pada aspek harga dan kualitas pelayanan, karena kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Momoyo dapat menetapkan harga yang kompetitif namun tetap sesuai dengan kualitas produk, agar konsumen merasa puas dan tetap loyal. Selain itu, peningkatan pelayanan seperti kecepatan merespons pesan pelanggan, kemasan yang menarik, serta pengiriman yang tepat waktu perlu terus ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian tidak hanya terbatas pada konsumen di Kota Blitar, tetapi juga mencakup daerah lain agar hasilnya bisa lebih umum. Selain itu, dapat mempertimbangkan faktor lain seperti promosi di media sosial, testimoni

pelanggan, kualitas produk, atau kemudahan transaksi yang mungkin juga memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif) agar dapat menggali lebih dalam alasan di balik pilihan konsumen secara menyeluruh.