

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh promosi Diskondi Website Blibli.com terhadap Kepuasan Konsumen” (Survei Pada Mahasiswa/i di Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Daerah Khusus Ibukota Jakarta Pada angkatan 2017)

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada Bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan yang berisi hasil dari penelitian yaitu dengan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis pada bab sebelumnya, dari hasil tersebut penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara Promosi diskon (variabel x) terhadap Kepuasan konsumen (variabel y).

Dari hasil pernyataan kuisioner Variabel X yang telah dijawab oleh reaponden terdapat pernyataan yang memiliki frekuensi tertinggi sebesar 75% yaitu pada pernyataan “Penawaran yang ditawarkan Oleh Blibli.com mampu mempegaruhi untuk membeli dan mencoba” dan frekuensi tertinggi pada variabe Y sebesar 78% dengan pernyataan “Merasa puas dengan promosi yang ditawarkan oleh Blibli.com”.

Dari hasil uji korelasi terdapat nilai koefisiensi korelasi r dapat disimpulkan bahwa hubungan antara (Variabel X) Promosi diskondi Website Blibli.com terhadap (Variabel Y) Kepuasan Konsumen memiliki Hubungan yang kuat.

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan variabel X terhadap Variabel Y. Dari hasil data yang diperoleh menggunakan perhitungan SPSS 21 dikatakan bahwa, Variabel X atau variabel bebas yaitu Pengaruh Promosi diskondi Website Blibli.com memberikan kontribusi pengaruh besar sebesar 61,2% dan sisanya yaitu sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pada Uji Hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikasi koefisien antara Variabel X dengan Variabel Y. Maka dari hasil data yang diperoleh, Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Berpengaruh besar). dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh antara Promosi diskon terhadap kepuasan konsumen, yang mengartikan semakin besar pengaruh promosi diskon di Website Blibli.com maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

## V.2 Saran

Dari penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi diskon di website Blibli.com Terhadap Kepuasan Konsemen, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Blibli.com dapat dijadikan tempat belanja online shopping terpercaya yang menawarkan banyak kegiatan promo untuk barang yang dijualnya.
2. Konsumen dapat menilai dengan adanya promosi yang menarik, mereka akan tertarik untuk menggunakan brand atau merek tersebut. Oleh karna itu Online shopping dapat memberikan promo-promo seperti diskon agar konsumen puas terhadap perusahaan.
3. Dari hasil yang diperoleh, terdapat beberapa responden yang tidak setuju mengenai Informasi yang diberikan mengenai produk cukup detail, oleh karna itu akan lebih baik jika informasi yang diberikan pada website lebih detail.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku:

- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Hidayat, Rahmat. (2010). *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kroyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- MADCOMS. (2006). *Mendesain websute dengan photoshop, Frontpage, dan owmrograman PHP-MySql*. Yogyakarta C.V Andi offset.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, Dr. Andy Corry Wardhani & Dr.Hamid Farid (2013). *Teori Kominikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan, M.A. (2014). *Periklanan "Komunikasi Pemasaran Terpadu"*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada. 2011
- Noor, Juliansyat. (2012). *Mtodologi Penelitian*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.

- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Jakarta: PT Kencana prenadamedia group.
- Narullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antarbudaya: Di era Budaya Siberia*. Jakarta: PT Kencana prenadamedia group.
- Prasetyo Bambang. (2013). *Motode Penelitian Kuntitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti Fredy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus - Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rachman, Oscar; Yugianto, Gin Gin. (2008). *TCP/IP Dalam Dunia Informatika & Telekomunikasi*. Bandung: Penerbit Informatika.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori Kuisisioner&Analisa Data (untuk pemasaran dan perilaku konsumen)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitalit, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Sofian. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Sangadji Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujaeweni, V Wiratna. (2014). *Metode penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

## Referensi Jurnal:

Antonius Ario. “Promosi Band Hardcore “spirit of life” dan minat beli khalayak”  
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/13698> (Diakses tanggal 31 januari 2018)

Doni Hariadi. “Pengaruh Produk , Harga, Promisi, Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Projektor Microvision”  
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/46/37> (Diakses tanggal 25 Februari 2018)

Fajar Rahayu. “Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen serta Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone di Kota Jember”  
<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/75648> (Diakses tanggal 14 Februari 2018)

Irwansyah Alkautsar. “Pengaruh periklanan promosi penjualan, dan penjualan perseorangan terhadap kepuasan konsumen produk perahu sekoci PT.jatinegara perdana jakarta” <http://lib.unnes.ac.id/2673/> (Diakses tanggal 24 Februari 2018)

Lidya Mongi, Lisbeth, Agusta. “Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap pembelian kartu simpati telkomsel di kota manado”  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3490> (Diakses tanggal 19 Februari 2018)

Mihalj bakator and Sladana Boric. “Consumer Experience and the role of promotion on the mobile device market”  
<https://doaj.org/article/4df4b1184c234aae913f54f3f4dc675f> (Diakses tanggal 04 februari 2018)

Muhammad Fakhru Rizky & Hafizah Yasin. “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat beli perumahan obama PT. Nailah adi kurnia sei mencirim medan”  
<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=274777>  
(Diakses tanggal 24 Februari 2018)

Widagdo, Herry. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang”  
<http://eprints.mdp.ac.id/303/> (Diakses tanggal 27 Februari 2018)

Anggi Pradita, “Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Social Snapchat Di Pekanbaru”

<https://media.neliti.com/media/publications/133614-ID-tingkat-kepuasan-mahasiswa-dalam-menggun> (Diakses tanggal 24 juni 2018)

Dyah Ayu Puspita. “*Motif dan Penggunaan Instagram*”

<http://eprints.ums.ac.id/41140/12/02.NASKAH%20PUBLIKASI> (Diakses tanggal 24 Juni 2018)

Farah Diza, Silcyljeova & Imelda. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*”

<https://media.neliti.com/media/publications/2882-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-kualitas-produk-dan-kepercayaan-terhadap-kepuasan-ko.pdf> (Diakses Tanggal 16 Juni 2018)

Yohanes Kuleh. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Maxi Balikpapan”

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32796902/43-39-1-PB\\_%281%29.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1532065341&Signature=463N3GJlacSoFe%2BhjSfCZDPm5dc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPENGARUH\\_BAURAN\\_PROMOSI\\_TERHADAP\\_KEPUTUS.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32796902/43-39-1-PB_%281%29.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1532065341&Signature=463N3GJlacSoFe%2BhjSfCZDPm5dc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPENGARUH_BAURAN_PROMOSI_TERHADAP_KEPUTUS.pdf) (Diakses Tanggal 20 Juli 2018)

### **Referesnsi Lainnya:**

Blibli.com, *Why Blibli.com diakses* pada 22 juni 2018

<https://www.blibli.com/page/why-blibli/>

Republika, 2017. *Sejarah berdirinya Blibli.com diakses* tanggal 27 Maret 2018

<http://republika.com/2016/01/sejarah-berdirinya-bliblicom>

Andina Libriaty, 2017. *Ini 10 Toko Online Terbaik di Indonesia*. Diakses pada tanggal 27 Maret 2018

<http://teknoliputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia>

Maxmanroe.com. *Blibli.com, Pelopor Ecommerce Berkonsep Mall Online di Indonesia.*

Diakses pada tanggal 27 maret 2018

<https://www.maxmanroe.com/blibli-com-pelopor-ecommerce-berkonsep-mall-online.html>

Blibli.com, 2016. *Blibli.com Ekspansi ke Online Travel dengan Mengakuisisi 100% Tiket.com.* Diakses pada tanggal 28 Maret 2018

<https://www.blibli.com/page/news-events/blibli-com-ekspansi-ke-online-travel-dengan-mengakuisisi-100-tiket-com/>

