آزمون تست فرضیه بر روی سود دو مجموعه، محصولات با تخفیف و بدون تخفیف، مقدار صفر بر می‌گرداند.

احتمال نزدیک به صفر برای فرضیه صفر در این آزمون، می‌تواند بیانگر تفاوت دو مجموعه باشد یا اینکه تفاوت خیلی زیاد است و داده‌های دو مجموعه با هم ارتباطی ندارند.

بررسی نمودار توزیع سود برای سفارش‌های با تخفیف و بدون تخفیف نتیجه آزمون را تایید می‌کند.

با این حال بر خلاف انتظار، در مواردی که محصولات تخفیف دارند مقدار سود کمتر و یا حتی منفی است.

به نظر می‌رسد تخفیف‌ها بیشتر از اینکه برای سود بیشتر باشند، برای فروش هرچه زودتر اجناسی هستند که مشتری ندارند.

از طرفی از آزمون تست فرضیه برای بررسی تاثیر تخفیف در حجم فروش استفاده کردیم. البته با این فرض صفر که تخفیف باعث افزایش حجم فروش می‌شود.

نتیجه این تست نشان می‌دهد که حجم فروش محصولات با تخفیف، نسبتا از مورادی که تخفیف نداشیتم بیشتر بوده است.

نتیجه نهایی این است که در این کسب‌ و کار، تخفیف، بیشتر از اینکه برای کسب سود باشد برای فروش اجناسی است که متقاضیان کمتری دارند و لازم است فقط فروش بروند تا هزینه‌های جانبی مانند انبارداری برای این تجارت کمتر شوند.

البته بررسی ها فوق تایید می کنند که تخفیف در این مساله تا حد قابل قبولی موثر بوده و باعث فروش بیشتر محصولات شده است.