



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh pesan kampanye iklan #Mulaijadulu terhadap minat beli melalui Tokopedia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh pesan kampanye iklan #Mulaijadulu terhadap minat beli melalui Tokopedia. Nilai uji hipotesis untuk Y memiliki nilai $\text{sig } 0,000$, maka jika angka probabilitas lebih kecil dari $0,05$ maka model dari variabel *predictor* layak untuk memprediksi variabel dependen yaitu minat beli.
2. Variabel X (pesan kampanye iklan Tokopedia #Mulaijadulu) memiliki kontribusi sebesar $42,4\%$ terhadap variabel Y (minat beli) dan terdapat $57,6\%$ faktor lain yang tidak berhubungan dengan penelitian ini.
3. Variabel X (pesan kampanye iklan Tokopedia #Mulaijadulu) memiliki koefisien relasi terhadap variabel Y (minat beli) sebesar $0,651$ sehingga variabel X (pesan kampanye iklan) dengan variabel Y (minat beli) mempunyai korelasi yang kuat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari terdapat kekurangan dari segi penulisan maupun kekayaan data dalam penelitian ini, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa dapat mengembangkan dan memperkaya pengetahuan mengenai variabel atau faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli. Selain itu, dapat memperluas populasi dan sampel penelitian yang mencerminkan kondisi dan realitas yang sedang terjadi. Penelitian ini juga diharapkan dapat dilakukan secara kualitatif untuk mengetahui lebih dalam strategi yang dilakukan oleh Tokopedia dalam membangun serta meningkatkan minat beli melalui Tokopedia.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian melalui hasil kuesioner yang sudah tersebar, dapat diketahui bahwa kampanye iklan Tokopedia #Mulaiajadulu memiliki peranan dalam menciptakan minat beli. Dilihat dari hasil penelitian, jawaban yang mendominasi adalah jawaban setuju dari responden yang mengetahui kampanye iklan Tokopedia #Mulaiajadulu dan jawaban setuju setiap pernyataan yang menggambarkan dimensi minat beli. Hal tersebut menjadi suatu bentuk motivasi bagi Tokopedia untuk terus meningkatkan dan menjaga kreatifitas dalam menaikkan awareness dan minat beli dengan berbagai media.