



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah adanya pengaruh daya tarik pesan promosi Shopee Murah Lebay terhadap minat beli. Daya tarik pesan promosi dikaji menjadi struktur pesan, konten pesan, *framing*, bahasa, dan daya tarik emosional. Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Daya tarik pesan yang mencakup : struktur pesan, konten pesan, *framing*, bahasa, dan daya tarik emosional berpengaruh terhadap minat beli sebesar 53.3%.
2. Secara parsial, daya tarik pesan promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli. Dua variabel, yaitu konten pesan dan bahasa berpengaruh terhadap minat beli, sedangkan tiga variabel, yaitu struktur pesan, *framing*, dan daya tarik emosional tidak berpengaruh terhadap minat beli.

5.2. Saran

Penelitian ini memiliki saran yang dapat menjadi referensi baik secara akademis untuk penelitian selanjutnya maupun secara praktis bagi subjek penelitian.

5.2.1 Saran Akademik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik pesan promosi Shopee Murah Lebay secara keseluruhan sebesar 53.3%, dimana terdapat 46.7% variabel lainnya yang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya, seperti dari sisi sumber

pesan dimana promosi Shopee Murah Lebay pernah menggunakan testimoni dari Amanda Manopo, sehingga saran akademis untuk penelitian selanjutnya juga dapat meneliti mengenai kredibilitas dari sumber pesan.

5.2.2 Saran Praktis

Meninjau dari hasil penelitian yang pada minat beli, dimensi minat referensial memperoleh nilai rata-rata terendah, dimana responden tidak terlalu ingin merekomendasikan promosi Shopee Murah Lebay kepada orang lain, maka untuk Shopee dapat memperhatikan daya tarik pesan promosi yang mengajak penonton untuk mau merekomendasikan Shopee Murah Lebay kepada orang-orang sekitarnya.

Kemudian dalam membuat pesan promosi, Shopee perlu menyusun strategi struktur pesan, fokus pesan, maupun bagaimana caranya agar dapat menggugah emosional penontonnya yang nantinya dapat memengaruhi minat beli penonton.

