

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penjelasan didapatkan simpulan adanya hubungan antara pengaruh terpaan iklan terhadap minat belanja online berdasarkan temuan pengujian koefisien korelasi sebesar 0,473 dengan kriteria kekuatan hubungan yang masuk dalam kategori Sedang, hasil uji F didapatkan bahwa model regresi dapat digunakan sebab nilai sig  $0,00 < 0,05$ . Pada uji regresi linier sederhana dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan iklan terhadap minat belanja online pada *followers* akun instagram @shopee\_id. Hal ini berlandaskan pada penilaian hipotesis melalui uji parsial (t) yang mendapati temuan ini yaitu diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,311 > 1,66055 t_{tabel}$ , dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga didapatkan kesimpulan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan begitu, mengartikan terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan terhadap minat belanja online pada *followers* akun instagram @shopee\_id. Hasil dari Uji koefisien determinasi menunjukkan sebesar 0,224 atau sebesar 22,4% nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh terpaan iklan memberikan dampak sebesar 22,4% terhadap minat belanja online, sedangkan sisanya 77,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

## 5.2. Saran

Hasil didasarkan pada kesimpulan yang dicapai sebagai konsekuensi dari penelitian “Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada *followers* akun Instagram @Shopee\_id”. Maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran diantaranya:

Saran untuk peneliti selanjutnya

- 1) Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan jika ingin mengangkat topik yang serupa, dapat menambahkan variabel selain Minat Belanja Online.
- 2) Selanjutnya, jika peneliti selanjutnya tertarik untuk mengangkat topik yang serupa dapat menggunakan teori yang lebih relevan dengan penelitian sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baru, penambahan teori dan variabel dalam topik yang serupa bertujuan untuk menciptakan perspektif yang berbeda. Serta memperluas populasi untuk dijadikan sampel dapat memberikan jawaban yang berbeda dan memilih jenis media lain yang digunakan untuk memaksimalkan hasil penelitian.

Saran untuk perusahaan

- 1) Bagi perusahaan, peneliti menyarankan agar perusahaan Shopee terus memberikan iklan yang kreatif dan inovatif kepada *followers*, sehingga *followers* dapat mengkonsumsi iklan lebih banyak dan semakin sering.

- 2) Selanjutnya perusahaan perlu memaksimalkan pengguna media sosial instagram untuk memberikan informasi terkait produk-produk yang ditawarkan dan promosi yang ditawarkan kepada *followers*.

