

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Bedasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli pada marketplace Tokopedia di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Digital Marketing* memiliki kontribusi terhadap minat beli pada marketplace Tokopedia di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya *Online Advertising* yang ditayangkan diberbagai platform sosial media Tokopedia dapat meningkatkan minat beli konsumen karena konsumen merasa iklan tersebut menarik dan relevan seusai kebutuhannya, hal tersebut meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk dari Tokopedia.
2. *Brand Trust* memiliki kontribusi terhadap minat beli pada marketplace Tokopedia di Surabaya. Hal ini menunjukkan *Concern* atau kekhawatiran Tokopedia terhadap konsumen. Tokopedia mengutamakan keluhan dan masalah konsumen dengan menyediakan customer service yang tanggap dan garansi disetiap produk yang dijual, dengan menurunkan kekhawatiran konsumen terhadap Tokopedia sehingga meningkatkan minat beli konsumen.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan di waktu yang akan datang. Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan :

1. Diharapkan Tokopedia dapat meninjau kembali *online advertising* dari semua

iklan yang pernah ditayangkan ke calon konsumen, disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas konten iklan agar semakin baik lagi kemudian semakin spesifik untuk menargetkan calon konsumen terhadap isi konten yang relevan dengan minat dan keinginan calon konsumennya dan menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya.

2. Diharapkan Tokopedia dapat meninjau kembali dan menurunkan *concern* atau kekhawatiran konsumen ketika melakukan pembelian dengan memberikan garansi lebih baik lagi kepada konsumen. Menyediakan *customer service* lebih tanggap dan cepat untuk melayani segala macam masalah dari konsumen. Sehingga calon konsumen menimbulkan keinginan untuk membeli produk di Tokopedia dan menjadi marketplace pilihan utama.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan mengambil sampel yang lebih banyak dengan variabel yang lebih banyak lagi. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai variabel- variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan pembelian produk di *marketplace* Tokopedia.