

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis dan pembahasan tentang korelasi antara terpaan iklan Shopee SPayLater terhadap minat menggunakan Shopee SPayLater pada mahasiswa di Surabaya yang pertama berdasarkan informasi pada Gambar 1.1, dapat ditarik kesimpulan bahwa Shopee SPayLater merupakan layanan Pay Later nomor satu di Indonesia. Dengan rata-rata pengguna aktif bulanan aplikasi Shopee sebesar 131.296.677 pengguna per kuartal 2 tahun 2022. Lalu kedua, berdasarkan analisis data menggunakan analisis Pearson Correlation atau Korelasi Product Moment (KPM) dan dengan hasil uji Anova untuk menghitung pengaruh beberapa variable secara simultan, didapatkan hasil p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menandakan bahwa H_0 ditolak, sementara H_a diterima.

Hasil tersebut menunjukkan adanya kecenderungan bahwa meningkatnya terpaan iklan Shopee SPayLater akan mempengaruhi peningkatan minat menggunakan Shopee SPayLater dan memiliki signifikansi yang sangat kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara terpaan iklan Shopee SPayLater terhadap minat menggunakan Shopee SPayLater pada mahasiswa di Surabaya.

Dalam penelitian ini, ditemukan juga bahwa variable terpaan iklan (frekuensi, intensitas, durasi) memiliki pengaruh terhadap variable minat beli sebesar 77,4% atau memiliki nilai R square sebesar 0,774 dan juga nilai R sebesar 0,880 yang

mendekati angka 1. Dan juga fakta bahwa selain terpaan iklan yang mempengaruhi (77,4%), terdapat beberapa faktor lain yang berpengaruh meskipun hanya kecil (22.6%) terhadap minat menggunakan Shopee SPayLater pada mahasiswa di Surabaya. Oleh karena itu, ada baiknya untuk dianjurkan melakukan penelitian lanjutan guna menguji variable-variabel bebas lain yang diduga dan dapat mempengaruhi minat menggunakan Shopee SPayLater pada mahasiswa di Surabaya, yang tidak diselidiki dan dijadikan pembahasan pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan iklan Shopee SPayLater di Youtube terhadap minat beli menggunakan Shopee SPayLater, diperlukan beberapa perbaikan dan saran yang membangun, adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Karyawan
 - a. Karyawan atau tim kreatif media Shopee diharapkan untuk terus meningkatkan kreatifitas iklan, dengan tujuan untuk menarik lebih banyak user agar menggunakan aplikasi.
 - b. Dalam aspek iklan, tim kreatif diharapkan lebih peka lagi dan menambah aspek yang *catchy* terhadap setiap iklan Shopee yang akan diproduksi kedepannya.
2. Saran untuk Perusahaan
 - a. Perusahaan diharapkan agar lebih terbuka lagi terhadap kesempatan ide-ide kreatif yang tak jarang juga diluar akal.

- b. Diharapkan juga untuk perusahaan agar lebih fleksibel dalam penggunaan SPayLater saat untuk memilih opsi pembayaran saat *checkout*
- c. Diharapkan juga untuk perusahaan agar menambah iklan atau informasi seputar diskon besar atau promo saat menggunakan Shopee SPayLater agar nantinya *traction* yang didapat agar lebih besar berubah menjadi *engagement* dan *action*.