

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis Pengaruh Terpaan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat di Surabaya dapat disimpulkan sebagai berikut. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji statistik dan dengan menggunakan uji hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan Shopee terhadap minat beli masyarakat di Surabaya.

Hasil yang diperoleh dari analisis data dapat menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terpaan iklan shopee terhadap minat beli masyarakat di Surabaya dengan tingkat pengaruh dalam kategori Tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya sebuah iklan yang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan konsumennya seperti mendapatkan berbagai pengetahuan secara langsung dan informasi melalui iklan, Hal ini sesuai dengan hasil jawaban kuesioner responden bahwa minat beli masyarakat di Surabaya tergolong Tinggi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian tersebut, adanya beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Bagi perusahaan Shopee Indonesia, Shopee harus memiliki ide atau inovatif yang kreatif untuk tayangan iklan baru berikutnya agar masyarakat tetap tertarik dan menangkap isi pesan iklan secara mudah. Selain itu mempromosikan tidak hanya pada bidang pertelevisian namun bisa mengiklankan dimedia yang lain seperti majalah, koran, radio dan lain-lain agar semua lapisan masyarakat Surabaya bisa melihat ataupun mendengar komunikasi pemasaran dari Shopee.
2. Apabila Shopee mengunggulkan program gratis ongkirnya, harus memikirkan batas minimum pembelian dari sebuah toko agar konsumen tetap loyal dan memiliki minat beli yang tinggi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat semakin menjamurnya *mobile marketplace* di Indonesia diharapkan mampu meneliti atau menganalisis *mobile marketplace* yang lain secara mendalam selain topik yang peneliti lakukan.