

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian yang berjudul pengaruh terpaan iklan shopee “blackpink pada” media sosial instagram terhadap minat beli masyarakat Surabaya, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa terpaan iklan memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap minat beli yaitu sebesar 51,1%. Hal ini terjadi karena tinggi nya frekuensi dan durasi iklan shopee yang dilihat oleh konsumen yang akan menjadi calon konsumen dari produk yang dijual pada shopee. Adapun hal lain yang dapat mempengaruhi minat beli adalah faktor harga, jenis produk. Dalam penelitian ini konsumen secara sadar atau tidak sadar telah terkena terpaan iklan yang di buat oleh shopee yang membuat konsumen berminat untuk membeli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan shopee versi blackpink berpengaruh terhadap minat beli konsumen. untuk meningkatkan minat beli konsumen, kemudian konten iklan yang diberikan oleh shopee diharapkan bisa terupdate dan memberikan ciri khas yang mudah diingat oleh konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel pendukung lain nya selain terpaan iklan, hal ini dimaksudkan agar informasi yang di peroleh nanti nya akan lebih lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan konsumen.