

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data, uji analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan pada dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Attention* memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan variabel *Attention* $0.0387 < 0.05$, dapat disimpulkan bahwa *Attention* berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dapat disimpulkan bahwa *Attention* dapat meningkatkan keputusan membeli mahasiswa.
- b. *Interest* memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan variabel *Interest* $0.0004 < 0.5$, dapat disimpulkan bahwa *Interest* berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dapat disimpulkan bahwa *Interest* dapat meningkatkan keputusan membeli mahasiswa.
- c. *Desire* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan variabel *Desire* $1.192 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa *Desire* tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dapat disimpulkan bahwa *Desire* tidak selalu dapat meningkatkan keputusan membeli mahasiswa.
- d. *Action* memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan variabel *Action* $0.0258 < 0.05$, dapat disimpulkan bahwa *Action* berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dapat disimpulkan bahwa *Action* tidak dapat meningkatkan keputusan membeli mahasiswa.

5.2. Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

- a. Agar pihak shoppe dapat meningkatkan iklan yang ditujukan untuk kalangan mahasiswa dikarenakan ketertarikan mahasiswa dan masyarakat pada umumnya dapat berbeda. Iklan dalam bentuk video dapat mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Shopee harus lebih meningkatkan minat menjadi keputusan membeli produk yang tersedia dalam situs jual beli online Shopee melalui terpaan iklan di media sosial dengan membuat iklan video yang lebih menarik.
- b. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini adalah hasil dari analisa yang sudah dilaksanakan peneliti, apabila menginginkan hasil yang beragam dapat diuji coba lagi pada responden mahasiswa untuk fakultas yang berbeda.