

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang penulis telah lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya Tarik Iklan #Maudigaransi versi Komplit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli di *E-Commerce* Bukalapak. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji hipotesis pada penelitian ini dengan nilai uji t yaitu 5,572 lebih besar dari nilai t hitung 1,938.

#### **5.2.Saran**

1. Untuk variabel Daya Tarik Iklan #Maudigaransi versi Komplit, oleh. dimana iklan Youtube masih menjadi yang awal serta yang utama dalam sumber informasi bagi minat beli konsumen. Untuk itu Bukalapak harus mempertahankan daya tarik iklan berupa ciri khas dari iklan BukaLapak tersebut yang menjadi daya tarik bagi sebagian konsumen. Oleh karena itu BukaLapak harus mempertahankan daya tarik iklan yang sudah baik ini untuk bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat
2. Untuk variabel Minat beli di *E-Commerce* Bukalapak. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa faktor daya tarik iklan ternyata tidak banyak berpengaruh terhadap minat beli, sehingga faktor ini bukan menjadi prioritas utama. Minat beli konsumen lebih banyak bersumber dari produk bermerek yang di tawarkan. Oleh karena itu, mempertahankan harga, kualitas barang, pelayanan dan lain sebagainya yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran yang ditawarkan oleh manajemen Bukalapak agar ditingkatkan lagi.