

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian penulis yang berjudul “terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen.

V.1 Kesimpulan

Adapun hasil penelitian merupakan hasil pengolahan data dari jawaban responden yang diambil sebanyak 97 kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak Jakarta Selatan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 21.0 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan dari pengaruh terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen pada warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak Jakarta Selatan ialah :

1. Terdapat hubungan antara pengaruh Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel X (terpaan iklan) dengan variabel Y (perilaku konsumen) berada dalam kategori hubungan yang sangat tinggi sehingga kekuatan hubungan antara terpaan iklan Tokopedia terhadap perilaku konsumen saling berkaitan satu sama lain yang memperkuat hubungan kedua variabel.
2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat dari tingginya konsumen yang memilih dan menggunakan jasa Tokopedia. Dengan pengaruh terpaan iklan yang dilakukan oleh Tokopedia untuk meningkatkan daya tarik terutama untuk konsumen.
3. Secara analisis Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, terbukti

dari nilai hubungan yang sangat tinggi 0,738 dan persentase berpengaruh yang baik yaitu sebesar 54,4% perilaku konsumen ditentukan oleh faktor variabel terpaan iklan, sedangkan sisanya 45,6% ditentukan oleh sebab-sebab lain.

4. Hasil uji Hipotesis bahwa variabel terpaan iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen.
5. Besar pengaruh Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” dapat menarik ketertarikan konsumen melalui iklan di televisi. Dengan adanya berbagai macam yang ditawarkan antara lain bisa membeli pulsa, pulsa listrik, tagihan PLN, voucher game, tagihan Tv kabel untuk menarik perhatian agar konsumen tertarik untuk membeli dan memakai jasa di Tokopedia.
6. Berdasarkan hasil penelitian adanya arah hubungan yang positif antara Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada Terpaan iklan Tokopedia versi “semua dimulai dari Tokopedia” terhadap perilaku konsumen dan melihat hasil penelitian maka dapat diberikan saran yang mungkin bermanfaat, yaitu :

1. Iklan Tokopedia dibuat lebih semenarik mungkin untuk menarik perhatian para konsumen untuk selalu membeli dan menggunakan jasa Tokopedia, agar produk atau jasa yang ada di dalam aplikasi Tokopedia selalu diingat dan digunakan oleh para konsumennya.
2. Di dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variable-variabel bebas diluar penelitian ini yang mungkin memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen agar dapat memperoleh hasil yang maksimal serta untuk mengetahui variable-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.
3. Saat penyebaran kuesioner jangan pada waktu dimana siswa/i sedang sibuk waktu belajar, sebaiknya penyebaran kuesioner dilakukan saat siswa/i mempunyai waktu luang. Hal ini akan memberikan

kenyamanan dan konsentrasi bagi siswa/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner sehingga data yang dihasilkan lengkap dan dapat diolah.

4. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah responden dan memperluas sampel penelitian.

