

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian penulis yang berjudul “pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE terhadap keputusan konsumen”.

#### **V.I Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan dari pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE terhadap keputusan konsumen pada *followers official account* Elevenia di media sosial LINE ialah :

1. Terdapat hubungan antara pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE dengan keputusan konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel X (pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE) dengan variabel Y (keputusan konsumen) berada dalam kategori kuat. Sehingga kekuatan hubungan antara Pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE terhadap keputusan konsumen saling berkaitan satu sama lain yang memperkuat hubungan kedua variabel.
2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh daya tarik iklan Elevenia di media sosial LINE. Hal ini dapat dilihat dari tingginya konsumen yang berbelanja di Elevenia. Dengan pengaruh daya tarik iklan yang dilakukan oleh Elevenia untuk meningkatkan daya tarik terutama untuk konsumen.
3. Secara analitik daya tarik iklan Elevenia berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, terbukti dari nilai hubungan yang kuat 0,703 dan presentase berpengaruh yang baik yaitu sebesar 49,4% keputusan konsumen ditentukan oleh faktor variabel Daya tarik iklan, sedangkan sisanya 50,6 ditentukan oleh sebab-sebab lain.
4. Hasil uji Hipotesis bahwa variabel Daya Tarik Iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen

5. Besar pengaruh daya tarik iklan Elevenia dapat menarik ketertarikan konsumen melalui promosi yang menarik dan harga yang ditawarkan murah dibawah harga-harga situs berbelanja *online* lainnya. Iklan yang sajikan melalui *official account* Elevenia dapat berupa promosi melalui *timeline*, *chat room* Elevenia yang tiap bulannya memiliki promo berupa kupon hadiah. Dengan adanya *official account* dapat mempermudah dan mempersingkat waktu berbelanja untuk konsumen yang berbelanja. Tidak harus membuka *website* ataupun mendownload aplikasi Elevenia, dengan *official account* Elevenia kita dapat langsung mencari barang yang kita butuhkan. Dan daya tarik iklan Elevenia sangat mempengaruhi keputusan konsumen yang berbelanja di Elevenia.

#### V.5 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap daya tarik Elevenia di media sosial LINE terhadap keputusan konsumen dan melihat hasil penelitian maka dapat diberikan saran yang mungkin bermanfaat, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian adanya pengaruh positif antara daya tarik iklan terhadap keputusan konsumen, iklan Elevenia di media sosial LINE berupa promo-promo harus diperhatikan karena sangat menarik perhatian.
2. Iklan yang di sebar di media sosial LINE dapat mernarik perhatian *followers official account* Elevenia, menyebarrkan informasi promo lainnya yang ada di Elevenia melalui media sosial LINE akan lebih memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk-produk Elevenia.
3. Jadi untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan data rasio dapat diperoleh uji pengaruh menggunakan linearitas.