

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Online”.

#### **V.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan melalui penyebaran kuesioner atau angket dan observasi yang selanjutnya data tersebut adalah dengan menggunakan spss versi 21, maka peneliti menyimpulkan :

1. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai adanya pengaruh daya tarik iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” di televisi terhadap keputusan pembelian online.
2. Hasil uji korelasi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang **kuat** antara Daya Tarik Iklan (variabel X) dengan Keputusan Pembelian Online (variabel Y).
3. Hasil uji Determinasi yang telah diteliti terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” di televisi terhadap keputusan pembelian online (Survey kepada UKM Paduan Suara Gita Advayatva UPN “Veteran” Jakarta, melalui uji hipotesis hasil  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## V.2. Saran

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh daya tarik iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” di televisi terhadap keputusan pembelian dengan hasil yang telah dijelaskan dalam kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi *e-commerce* JD.ID untuk promo di televisi :

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi (uji hubungan) antara daya tarik iklan dan keputusan pembelian online, masuk dalam tingkatan yang kuat. Hal ini menandakan bahwa iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” di televisi mampu menarik perhatian konsumen. Menurut peneliti, hal tersebut harus dipertahankan oleh pihak JD.ID demi kelangsungan hidup perusahaan dalam terus menarik perhatian konsumen.
2. Selain mempertahankan kualitas yang sudah ada dalam iklan sebelumnya, pihak perusahaan juga perlu meningkatkan kreatifitas dengan ide-ide baru dalam pembuatan iklan. Karena pada dasarnya, iklan JD.ID “Awas Kena Tipu” sudah menarik hati penonton dan konsumen.
3. Iklan JD.ID telah berkembang dari televisi dan *social media*, oleh karena itu visual yang ditampilkan harus lebih baik lagi. Misalnya, dengan menggunakan tokoh atau *endoser* yang cukup dikenal di masyarakat.
4. Semoga hasil penelitian ini dapat memberi pengetahuan dan bisa menjadi suatu referensi bagi para peneliti atau mahasiswa/i diperguruan tinggi lainnya dalam menyusun tugas akhir skripsi.