

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian analisis data yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya tentang Pengaruh Daya Tarik Iklan *TVC* BLANJA.com versi “Blanja Tanpa Batas” terhadap Keputusan Pembelian. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat dilihat berdasarkan perhitungan dari uji korelasi bahwa terdapat perolehan hasil koefisien korelasi r terdapat hubungan positif yang kuat antara daya tarik iklan *TVC* BLANJA.com versi blanja tanpa batas terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara dua variabel tersebut.
2. Dalam penelitian ini daya tarik iklan *TVC* BLANJA.com dapat mempengaruhi, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji regresi bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara daya tarik dengan keputusan pembelian. Hal ini yang membuat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik iklan *TVC* BLANJA.com versi Blanja Tanpa Batas terhadap keputusan pembelian (survey pada mahasiswa jurusan penyiaran angkatan 2014 STIKOM InterStudi) melalui uji hipotesis dengan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Hasil uji determinasi menggunakan SPSS versi 23 terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y sebesar 62,9% sedangkan sisanya sebesar 37,1% nya dipengaruhi oleh hal atau faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh daya tarik iklan TVC BLANJA.com versi Blanja Tanpa Batas terhadap keputusan pembelian dengan hasil yang sudah dijabarkan dari kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi *e-commerce* BLANJA.com untuk promo melalui televisi :

1. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi (uji hubungan) antara daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini berada pada tingkatan yang kuat, dan menandakan bahwa iklan BLANJA.com versi Blanja Tanpa Batas menarik perhatian konsumen, menurut peneliti hal tersebut harus tetap di pertahankan demi kelangsungan perusahaan dalam menarik minat konsumen.
2. Selain itu pihak perusahaan harus meningkatkan kreatifitas dengan ide-ide baru dalam pembuatan iklan untuk meningkatkan minat pembeli, karena pada dasarnya *belanja.com* sudah menarik hati para konsumen.
3. Dari hasil korelasi penelitian yang kuat peneliti berharap pihak perusahaan bisa melayani sekaligus memberikan penawaran seperti diskon, atau promo – promo menarik untuk kepuasan kedua belah pihak.
4. Menurut peneliti perlu adanya iklan televisi baru untuk promo iklan BLANJA.com walaupun saat ini kampanye promo tersebut bisa kita temukan pada hastag di media sosial *Instagram*.
5. Sebaiknya BLANJA.com membuat TVC yang lebih menarik, dengan menggunakan endorser dengan tokoh yang terkenal dan penyampaian pesan yang lebih menarik.
6. 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.