

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang “Daya Tarik Iklan Iklan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Shopee Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sultan Maulanan Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel daya tarik iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan dari nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $4,698 > 1,993$ dan nilai $\text{sig.} <$ nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya, bahwa tinggi rendahnya daya tarik yang dimiliki sebuah iklan akan memengaruhi minat beli. Temuan lapangan menyatakan bahwa 40% Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sultan Maulanan Hasanuddin Banten Angkatan 2016 memilih Shopee sebagai tempat yang dapat menjawab kebutuhannya.

2. Variabel kemudahan bertransaksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $3,938 > 1,993$ dan nilai $\text{sig.} < \text{nilai signifikansi}$ yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya, kemudahan akses dan mudahnya proses pemesanan produk serta beragamnya alternatif metode pembayaran meningkatkan minat beli.
3. Variabel daya tarik iklan dan kemudahan bertransaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan dari nilai $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ yaitu $32,329 > 3,12$ dan nilai $\text{sig.} < \text{nilai signifikansi}$ yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya, iklan yang berdaya tarik tinggi dan mudahnya suatu alur transaksi online Shopee mempengaruhi minat beli konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian ini dapat diambil beberapa saran sebagai berikut:

4. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif yang signifikan dari daya tarik iklan terhadap minat beli. Hal ini mengindikasikan bahwa responden yang dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee memiliki ketertarikan terhadap iklan

Shopee yang dihadirkan dengan tema yang unik dan unsur audio serta visual yang mudah melekat di hati mereka. Mengingat daya tarik iklan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan minat beli konsumen, maka penulis menyarankan bagi pihak Shopee untuk terus menjaga kualitas periklanan yang dimiliki tanpa menghilangkan ciri khusus dari Shopee itu sendiri yaitu warna oranye yang sudah melekat di ingkatan konsumen.

5. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif yang signifikan dari kemudahan bertransaksi terhadap minat beli. Kemudahan transaksi adalah salah satu faktor pendukung yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat beli. Faktor kemudahan ini sangat dibutuhkan apalagi bagi konsumen baru Shopee. Kemudahan bertransaksi adalah cara yang dapat menyukseskan penjualan bisnis online, oleh karena itu penulis menyarankan pihak Shopee untuk terus menyediakan akses dan proses pemesanan yang mudah serta terus menyediakan alternatif pilihan metode pembayaran yang beragam sehingga konsumen semakin merasa mudah sehingga berminat untuk berbelanja.