

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai beberapa hal, antara lain:

1. Fitur Tokopoints berpengaruh namun tidak terlalu signifikan terhadap tingkat minat beli konsumen. Dengan adanya permainan Tokopoints seperti memecahkan telur melalui fitur Tokopoints yang memudahkan mendapatkan poin untuk potongan harga. Selain itu, fitur Tokopoints juga di minati, karena fitur yang dihadirkan menarik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan saat ini. Visualisasi dalam hal ini penting, karena konsumen sangat menyukai dan ingin berminat membeli karena adanya visualisasi dari fitur Tokopoints, seperti tulisan yang mudah dibaca, dipahami dan mudah digunakan.
2. Hubungan antara variabel X (Fitur Tokopoints) dengan variabel Y (Tingkat Minat Beli Konsumen) tergolong positif. Positif merupakan hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah searah, sehingga semakin sering atau besar potensi antar minat beli, maka semakin berpengaruh tingkat kepuasan mereka terhadap fitur yang hadir dalam Tokopoints itu sendiri. Apabila minat membeli tinggi, maka pengaruh Fitur Tokopoints menjadi negatif atau rendah, begitu pula sebaliknya, apabila minat membeli konsumen berarah positif, maka pengaruh penggunaan fitur Tokopoints akan menjadi positif atau meningkat pula.
3. Sesuai dengan hipotesis operasional penelitian yang sudah dibagi menjadi  $H_0$  dan  $H_a$ , di mana  $H_0$  artinya variabel X tidak dapat mempengaruhi variabel Y. Sedangkan  $H_a$  artinya variabel X dapat mempengaruhi variabel Y. Karena terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka hipotesis yang teruji dan sesuai dengan hasil data adalah Pesan persuasi Tokopoints mempengaruhi pada minat beli
4. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ ) >  $\alpha$ , maka  $H_0$  diterima. Berdasarkan tabel korelasi dari kedua variabel, nilai ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,00. Kemudian pada kasus ini nilai  $\alpha$  sebesar 0,1 (10%). Dari hasil perbandingan antara nilai ( $\text{sig}$ ) dan  $\alpha$ , diperoleh

Sig = 0,00 <  $\alpha = 0,1$  sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, yaitu: Ada pengaruh dari fitur Tokopoints yang dihadirkan terhadap minat membeli konsumen itu sendiri.

5. Regresi sesuai dengan rumus yang sudah ditentukan di bab sebelumnya maka, dari angka ditabel,  $Y = 20.486 + 0.807 X$ . Artinya model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi Pengaruh fitur Tokopoints. Angka  $a$  dan  $b$  didapatkan dari hasil tabel koefisien regresi linear, yaitu dari variabel dependen dan independen. Maka Persamaan ini digunakan untuk memperkirakan nilai minat beli yang dipengaruhi oleh Pesan Persuasi Tokopoints

## 5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan terdapat saran akademis yang ditunjukkan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan saran praktis yang ditunjukkan untuk perkembangan industry seperti yang dijelaskan di bawah ini:

### 5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih menggambarkan bagaimana Tokopoints atau pengaruh efektifitas iklan sejenisnya bisa mempengaruhi minat membeli, ada potensi memiliki rasa puas ketika berbelanja online pada platform Tokopedia. Dan dapat mempelajari lebih mendalam kepada Tokopoints dan sejenisnya, dan apa saja bagian-bagian Tokopoints yang mempengaruhi minat membeli.
2. Penelitian ini hanya terbatas meneliti pengaruh fitur Tokopoints padahal banyak sekali minat beli konsumen bukan hanya sebatas fitur Tokopoints saja, tet pengaruh lain yang dapat ditemukan penyebab minat beli konsumen cukup tinggi. Contohnya seperti diskon, promo gratis ongkos kirim berita dan visualisasi dari aplikasi Tokopedia itu sendiri. Pada akhirnya, peneliti-peneliti lain mempunyai kesempatan untuk mengambil pengaruh lain selain fitur Tokopoints.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Tokopedia hendaknya mengadakan lebih banyak fitur lain seperti informasi barang apa saja yang akan mendapat potongan, barang yang sesuai dengan keinginan konsumen, seperti pada saat memecahkan telur Tokopoints kupon yang didapat potongan produk yang ada di keranjang/whislist Tokopedia.

