

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklan dan motivasi konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk di E-commerce shopee. Hasil penelitian ini untuk mengetahui pentingnya sebuah iklan dan motivasi konsumen dalam proses keputusan pembelian. Kesimpulan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sesuai hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee.
2. Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian sesuai hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil diatas, adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
  - a. Dengan melihat bagaimana pengaruh iklan dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian, maka para pengusaha harus mampu berinovasi dan mengeluarkan kreativitas dalam membuat iklan atau pemasaran agar dapat menarik konsumen dalam melihat dan memilih produk.
  - b. Dalam melakukan bisnis para pengusaha juga harus memikirkan psikologis atau sudut pandang dari konsumen agar dapat memberi kepuasan dan meningkatkan motivasi dalam diri konsumen tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Pada hasil penelitian ini diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 38%, menunjukkan bahwa nilai tersebut cukup rendah, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menambah kelompok umur ataupun menambah pertanyaan kuisioner yang lebih mendalam.

- b. Penelitian selanjutnya juga disarankan dapat mengembangkan penelitian lebih baik seperti dengan menambah variasi variabel ataupun menambah jumlah responden agar lebih banyak lagi.

