

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan teori dan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli pada *e-commerce* Tokopedia. Konsumen memilih, menyusun, dan menganalisis informasi tentang suatu produk yang datang melalui periklanan dengan menggunakan proses periklanan. Setiap pelanggan menginterpretasikan pesan iklan secara berbeda. Semakin besar kemungkinan pembeli membuat keputusan pembelian, semakin positif mereka memahami pesan dalam iklan. Hal ini membuktikan bahwa daya tarik iklan dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen menanggapi iklan dengan baik dengan mengembangkan sikap merek yang positif dan keinginan untuk melakukan pembelian tambahan.
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli toko online Tokopedia. Satu-satunya komponen bauran pemasaran yang memberikan kendali atau pendapatan kepada perusahaan adalah harga. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen, terutama di kalangan konsumen yang sadar harga. Ini karena konsumen yang sadar harga seringkali sangat memperhatikan harga produk tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa, tidak seperti bauran pemasaran lainnya, harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang paling mudah beradaptasi. Ketika konsumen memutuskan apakah akan membeli suatu produk, harga merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan, terutama bila ada perbedaan harga yang signifikan antara produk pesaing.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan dari pembahasan mengenai teori dan hasil olah data dapat disimpulkan saran sebagai berikut:

1. Penelitian lebih lanjut dapat dikembangkan. Hal ini karena berbagai faktor lain, termasuk kualitas produk, pemasaran, lokasi, kepuasan pelanggan, dan

pertimbangan lainnya, dapat berdampak pada niat konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Kepada PT Tokopedia diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengoptimalkan aplikasi e-commerce dengan mempertimbangkan pada hasil penelitian melalui setiap item pertanyaan serta memberikan sosialisasi untuk penentuan harga pasar dan iklan produk dipasaran.

