

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki judul Pengaruh Iklan dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka berikut merupakan jawaban ringkas dari perumusan masalah :

1. Pada hipotesis pertama dari hasil nilai signifikan menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu jika kriteria iklan yang dibuat semakin baik maka semakin banyak juga konsumen yang akan membuat keputusan pembelian terhadap Tiktok Shop. Iklan yang harus dibuat dan dikembangkan lagi oleh Tiktok Shop adalah dari sisi perhatian minat, dan tindakan konsumen.
2. Pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan ini *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tiktok Shop diharapkan semakin mengembangkan *platform assistance* yaitu fitur komentar jumlah kunjungan konsumen, kemudian *concern for others* yang harus membantu memudahkan konsumen untuk memiliki keputusan pembelian sebuah produk atau jasa, selanjutnya *helping the company* yaitu harus membantu penjual meningkatkan penjualan produknya, dan *advice seeking* yaitu Tiktok Shop memberikan wadah bagi konsumen untuk menyalurkan ulasannya masing-masing.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah dijabarkan di atas, saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Untuk mengembangkan iklan agar lebih baik lagi maka disarankan bagi Tiktok Shop untuk membuat ide iklan semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian konsumen dalam melihat iklan tersebut.

- b. Dalam melakukan penjualan pada Tiktok Shop, diharapkan bagi penjual untuk membuat produk yang dijual dengan produk yang dikirim memiliki kualitas baik dan harus dijaga agar penilaian konsumen pada kolom komentar penilaian semakin bagus untuk menarik konsumen lain melakukan pembelian.
2. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa maka diharapkan untuk dapat mengembangkan atau menambahkan variabel agar hasilnya lebih baik lagi dan disarankan untuk lebih mendetail lagi pada indikator kuesioner yang akan disebarluaskan