

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengambil kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Tagline berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Shopee pada Mahasiswa Prodi manajemen Universitas Koperasi Indonesia angkatan 2019.
2. Iklan Youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Youtube pada Mahasiswa Prodi manajemen Universitas Koperasi Indonesia angkatan 2019.
3. Tagline dan Iklan Youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Shopee dan aplikasi Youtube pada Mahasiswa Prodi manajemen Universitas Koperasi Indonesia angkatan 2019.

#### **5.2 Saran-Saran**

Terdapat beberapa saran yang dikemukakan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan agar penelitian ini dikembangkan lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel lain yang memiliki potensi pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian, seperti iklan, harga, dan kualitas

produk. Disarankan juga untuk melakukan pemilihan sampel yang lebih beragam, serta mempertimbangkan pendekatan dan metode penelitian lain yang dapat memberikan tambahan hasil pada penelitian sejenis. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di platform Shopee.

## 2. Bagi Perusahaan

- 1) Perkuat Penggunaan Tagline, karena tagline berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee, penting untuk memperkuat dan mempromosikan tagline yang kuat dan menarik. Tagline yang relevan dengan nilai-nilai perusahaan, menonjolkan keunggulan produk, atau mencerminkan pengalaman belanja yang menyenangkan dapat membantu meningkatkan daya tarik Shopee sebagai platform belanja online.
- 2) Kembangkan Strategi Iklan YouTube, dalam konteks iklan YouTube, perusahaan Shopee dapat mempertimbangkan berbagai strategi untuk meningkatkan pengaruh iklan pada keputusan pembelian. Misalnya, menyediakan iklan yang menarik secara visual, menampilkan produk dengan cara yang menarik, menyajikan testimoni pelanggan yang positif, atau menawarkan promo khusus yang terbatas.
- 3) Peneliti juga menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan atau meningkatkan jumlah produk yang tersedia di aplikasi Shopee. Hal ini

disebabkan oleh fakta bahwa konsumen tidak selalu melakukan pembelian dalam jumlah besar atau untuk persediaan yang banyak. Namun, penting bagi perusahaan untuk menyadari bahwa aplikasi Shopee memiliki banyak peminat dan pengguna yang aktif. Dengan menjaga dan meningkatkan variasi produk yang tersedia, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi beragam dari konsumen, sehingga meningkatkan peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasar.