



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terbukti jika iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Terbukti jika gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

1.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran, yaitu :

1. Shopee tetap konsisten dalam membuat iklan-iklan yang menarik, kreatif serta memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menarik perhatian para konsumen dan terbukti dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan Shopee dapat mempertahankan program iklannya di YouTube yang dianggap menarik oleh konsumen.
2. Shopee diharapkan untuk selalu mempertahankan minat beli masyarakat dengan berbagai upaya agar dapat mendorong konsumen untuk membeli pembelian kembali.
3. Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam

penelitian ke lingkup yang lebih besar. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

