

BAB 5 PENUTUP

A.Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendapat gambaran Besar pengaruh dan signifikansi promosi penjualan via TikTok affiliate pada niat beli di TikTok shop pada kalangan mahasiswa S1 di Provinsi DKI Jakarta , Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah diperoleh baik dengan menggunakan kuesioner yang telah dibahas pada hasil penelitian dan pembahasan,maka penulis dapat mengambil kesimpulan :

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapat hasil sebesar 0,727 sehingga dapat disimpulkan bahwa besaran pengaruh Promosi Penjualan sebagai *dependent variable* terhadap Niat beli sebagai independent variable adalah sebesar 72,2 %. Dan berdasarkan uji t diperoleh t hitung 17,200 dengan sig 0,01 < 0,05 yang berarti variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap niat beli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat signifikansi promosi penjualan via TikTok affiliate pada niat beli di TikTok shop pada kalangan mahasiswa S1 di provinsi DKI Jakarta.

B.Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. TikTok sebaiknya meningkatkan promosi penjualan via tiktok affiliate di di tiktok shop karena terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli.
 - b. Dalam melakukan promosi penjualan via tiktok affiliate sebaiknya melonggarkan batas minimum memiliki 1000 followers untuk menggunakan fitur *live streaming* sehingga semua kalangan dapat melakukan *live streaming*.





2. Bagi penelitian selanjutnya

a. Untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian ini dengan mencari variabel lain yang dapat berpengaruh positif terhadap niat beli kalangan mahasiswa di DKI Jakarta.

b. Peneliti berharap akan adanya materi kuliah yang secara mendalam mengupas mengenai mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam promosi penjualan di media sosial yang dapat berguna dalam menghadapi perkembangan teknologi digital yang dapat memungkinkan setiap individu yang memiliki perangkat seluler dan koneksi internet dapat melakukan komunikasi pemasaran yang efektif bagi produk/bisnis nya yang di harapkan kelak akan berdampak positif pada pertumbuhan dan kemajuan teknologi serta ekonomi di Indonesia.

1. Dilarang menyalin 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.