

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



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

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan kepada 94 responden mengenai “Pengaruh pesan promosi Shopee terhadap perilaku pembelian Mahasiswa Kwik Kian Gie”, maka didapatkan kesimpulan dari penelitian ini. Yang pertama hasil dari uji koefisien (R^2) menunjukkan bahwa pesan promosi Shopee memiliki pengaruh sebesar 45,1% terhadap perilaku pembelian mahasiswa Kwik Kian Gie.

Kedua dalam dimensi gaya pesan, berdasarkan hasil dari sebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif IBI Kwik Kian Gie bahwa pengaruh gaya pesan dari pengaruh pesan promosi Shopee terhadap perilaku pembelian mahasiswa Kwik Kian Gie cukup besar dilihat dari hasil kuesioner bahwa dimensi gaya pesan pada pesan promosi memiliki pengaruh yang cukup terhadap perilaku pembelian mahasiswa.

Ketiga dalam dimensi isi pesan, berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner, melihat hasil dari dimensi isi pesan bahwa dimensi isi pesan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap dalam pengaruh pesan promosi perilaku pembelian mahasiswa. Hasil dari kuesioner menunjukkan lebih banyak hasil positif dari dimensi isi pesan.

Keempat dari dimensi struktur pesan. Berdasarkan hasil dari sebaran kuesioner, dan dimensi struktur pesan bahwa dimensi tersebut memiliki pengaruh yang juga cukup besar dalam pengaruh pesan promosi terhadap perilaku pembelian mahasiswa. Terlihat dari hasil dalam bab pembahasan bahwa dalam dimensi struktur pesan lebih banyak jawaban yang positif (setuju).



Nilai signifikansi pada uji T lebih kecil dari 0,05 mengartikan bahwa H_0 ditolak

dan H_a diterima. Variabel independent (pesan promosi) memiliki hubungan yang linear terhadap variabel dependent (perilaku pembelian), itu semua dibuktikan dengan nilai signifikansi *deviation of linearity* yang lebih dari 0,05.

Responden yang merupakan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie menyatakan bahwa pesan promosi Shopee berpengaruh terhadap perilaku pembelian mahasiswa Kwik Kian Gie. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa sudah menggunakan Shopee dan juga sudah sering melakukan pembelian di Shopee karena pesan promosi yang ditawarkan menarik serta mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yang berbeda dari penelitian ini. Peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas jumlah serta lingkupan responden menjadi lebih banyak agar data yang dihasilkan lebih valid. Peneliti juga mengharapkan agar peneliti berikutnya dapat menggunakan teori dan konsep yang lain untuk melihat hubungan antara pesan promosi dengan perilaku pembelian dari sudut pandang yang lain.

2. Saran Praktis

Diharapkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie bisa menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian ulang untuk skala yang lebih besar lagi, menggunakan populasi yang lebih besar bisa menciptakan wawasan baru bagi banyak orang terutama bagaimana pesan promosi suatu merek dapat berpengaruh terhadap perilaku pembelian mahasiswa maupun masyarakat.

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.



Pesan promosi Shopee memiliki pengaruh yang cukup signifikan, namun itu

C semua terjadi karena orang-orang memiliki intensitas yang tinggi terhadap penggunaan Shopee, membuat Shopee harus bisa meningkatkan promosi dan juga meningkatkan pesan promosi baik dari struktur pesan, gaya pesan, serta isi pesan dari promosi tersebut agar bisa lebih menarik penggunaannya untuk melakukan pembelian di platform Shopee.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.