

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan Pengaruh Nilai Iklan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia dengan Kesadaran Merek sebagai variabel intervening maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia
2. Kesadaran Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia
3. Nilai Iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia dengan Kesadaran Merek sebagai variabel Intervening

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Tokopedia sebaiknya meningkatkan nilai iklan dengan cara memberikan informasi di iklan yang bermakna agar lebih menarik dan bermanfaat agar iklan tersebut memiliki nilai dan tidak membosankan untuk konsumen.
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada tokopedia sebaiknya meningkatkan kualitas dan selalu memberikan inovasi agar tidak tertinggal dari e-commerce lain nya agar konsumen loyal melakukan pembelian di Tokopedia.
3. Untuk meningkatkan kesadaran merek pada tokopedia sebaiknya lebih meningkatkan strategi promosi dimedia sosial yang akan membuat Tokopedia menjadi toko online yang pertama kali muncul dalam benak konsumen.