

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada Variabel iklan (X1) dikatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara iklan terhadap minat beli masyarakat Perum Papan Mas Blok A RW 04 dari RT 01 – 09. Semakin baik iklan maka semakin meningkat minat belinya. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk iklan maka semakin menurun minat belinya.
2. Pada Variabel *lifestyle* (X2) dikatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara *lifestyle* terhadap minat beli masyarakat Perum Papan Mas Blok A RW 04 dari RT 01 – 09. Semakin Tinggi *lifestyle* maka semakin meningkat pula minat belinya. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah *lifestyle* maka semakin menurun minat belinya.
3. Pada variabel keduanya dikatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara iklan dan *lifestyle* terhadap minat beli masyarakat Perum Papan Mas Blok A RW 04 dari RT 01 – 09. Semakin baik iklan dan gaya hidupnya, maka semakin besar pula minat belinya. Demikian pula sebaliknya semakin buruk iklan dan gaya hidupnya, maka semakin menurun minat belinya.

1.2 Saran

Adapun saran yang penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan kreatifitas iklan pada *Shopee* yang menarik karena pada variabel iklan memiliki pengaruh yang kecil terhadap minat beli.
2. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya dapat menambah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap minat beli.

