

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan konsumen, kreativitas iklan dan *Islamic branding* terhadap minat beli *online* di shopee (studi kasus generasi millennial pengguna shopee), maka diperoleh kesimpulan:

1. Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* di shopee. Maka semakin tinggi kepercayaan suatu konsumen akan semakin tinggi pula minat beli *online* di shopee. Hal tersebut berarti konsumen mempercayai jika shopee dapat menyediakan produk-produk yang konsumen butuhkan. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh shopee, fitur yang mudah untuk mencari barang serta dapat menyediakan barang-barang yang berkualitas mampu memberikan kepercayaan kepada para konsumen. Maka kepercayaan konsumen dapat menjadi dasar pengaruh terhadap minat beli karena dapat meningkatkan minat beli *online* di shopee.
2. Variabel kreativitas iklan ialah variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* di shopee. Ini berarti keunikan, *original*, kemudahan iklan untuk dipahami mampu memberikan kesan yang baik bagi konsumen dan dapat menarik perhatian konsumen sehingga mampu meningkatkan minat beli *online* di shopee. Maka kreativitas iklan dapat menjadi dasar pengaruh terhadap minat beli *online* di shopee.
3. Variabel *Islamic branding* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli *online* di shopee. Hal tersebut disebabkan karena masih ada 20% dari responden yang belum menyadari akan pentingnya menerapkan prinsip syariah. Serta belum banyak produk-produk dengan menggunakan

Islamic branding di pasaran, sehingga konsumen lebih memilih produk dengan merek global yang sudah banyak di pasaran. Hal ini menunjukkan *Islamic branding* tidak dapat dijadikan faktor pendorong konsumen untuk memiliki minat beli *online* di shopee.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, penulis ingin memberi saran dan diharapkan saran dari penulis ini dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan kepercayaan konsumen agar konsumen dapat terus percaya dan nyaman ketika melakukan pembelian di shopee. Dan juga mempertahankan kreativitas iklan agar menarik konsumen untuk memiliki minat beli di shopee.
2. Bagi masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang penerapan prinsip-prinsip syariah mengenai *Islamic branding*.
3. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggali variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli *online* di shopee