

BAB VI

Kesimpulan & Saran

6.1 Kesimpulan

Bersasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh pada penelitian yang dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Lampung mengenai Pengaruh Foto Iklan Sepatu pada *Onlinshop Adorable Project Indonesia* terhadap minat beli konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Variable Foto Iklan Sepatu berpengaruh signifikan yaitu sebesar 7,4% terhadap minat beli konsumen pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Lampung.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pihak *Adorable Project Indonesia* dalam peningkatan penjual produknya dan dapat memberikan pengalam baru kepada para konsumen.

2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya penelitian mengenai permasalahan Minat Beli ini dapat lebih diperdalam, sehingga mendapatkan hasil yang pas.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengurangi variabel-variabel independen lainnya yang potensial memberikan kontribusi terhadap minat pembelian online pada *Facebook Adorable Project Indonesia*.
4. Untuk perkembangan *onlineshop Adorable Project Indonesia* kedepan, diharapkan ada peneliti yang tertarik untuk meneliti penelitian ini lebih lanjut.
5. Untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan responden dengan teknik sampling dan menggunakan metode lain untuk melihat perbandingan antara satu metode dengan metode lainnya.