

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Variabel *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin, sedangkan variabel *Desire* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *fashion* oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin dan variabel *Attention*, *Interest*, *Action* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* oleh mahasiswa fakultas syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Dari keempat variabel independen (*Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*) yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) ialah variabel *Desire*.

B. Saran

Pihak yang melakukan iklan *online* bisa mempertahankan pengelolaan iklan *online* yang sudah menarik konsumen dan menjadikan variabel *Desire* dan *Action* menjadi faktor yang paling menentukan keputusan pembelian. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya.