

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Citra merek dan daya tarik promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia memiliki nilai sebesar 57,484 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
2. Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia memiliki nilai sebesar 7,269 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
3. Daya tarik promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia memiliki nilai sebesar 3,351 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Dan begitu juga semakin sering melakukan promosi yang menarik maka daya tarik promosi akan meningkatkan minat beli konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Saat ini industri *marketplace* sangat berkembang, hal ini menunjukkan bahwa banyak pesaing yang sejenis dalam industri *marketplace* seperti Tokopedia. Maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan citra merek yang dirasa sangat penting dalam menanamkan citra atau *image* perusahaan yang baik di dalam benak konsumen. Tentunya dengan meningkatkan keunggulan merek (*favorability*) yang dimiliki oleh *marketplace* Tokopedia sehingga akan lebih unggul dalam persaingan. Serta memiliki keunggulan yang tidak dapat ditemukan pada perusahaan sejenis lainnya.
2. Semakin ketatnya persaingan di dunia industri *marketplace* menjadikan perusahaan dituntut untuk terus berinovasi. Berbagai macam promosi dilakukan untuk menarik minat beli konsumen supaya melakukan pembelian di perusahaan mereka. Ada berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk dapat menarik minat beli konsumen agar melakukan pembelian diantaranya ialah melakukan promosi. Namun perlu dipertimbangkan bahwa promosi dapat membentuk tingkat harapan dari konsumen, perusahaan dituntut untuk lebih mengencarkan promosi-promosi di berbagai media. Karena

apabila promosi tidak dilakukan secara gencar dan terus menerus maka menyebabkan minat beli konsumen akan turun.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan mengambil sampel yang lebih banyak dengan variabel yang lebih banyak lagi. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan pembelian produk di *marketplace* Tokopedia.