

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis citra merek terhadap Keputusan Pembelian barang di *e-commerce* shopee .id, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh hasil bahwa citra merek dikategorikan baik, yang didukung oleh Keunggulan asosiasi merek (*favorability of brand association*) diukur dengan pernyataan “Shopee.id memberikan garansi tukar barang jika barang yang di terima tidak sesuai” dan Ketika berbelanja di Shopee.id, fitur aplikasinya mudah di pahami”. sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen mengakui Keunggulan asosiasi merek shopee Indonesia.
2. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh hasil bahwa keputusan pembelian dikategorikan baik, hal ini didukung oleh pengenalan masalah yang diukur dengan pernyataan “Saya membeli barang di Shopee.id karena dapat memenuhi kebutuhan” dan “Saya membeli barang di Shopee.id karena harganya kualitas nya bagus”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden berpendapat bahwa barang yang ditawarkan Shopee Indonesia karena dapat memenuhi kebutuhan dan kualitas nya bagus.
3. Dapat disimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diketahui pada uji hipotesis didapatkan kesimpulan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh Citra Merek, namun ternyata masih terdapat adanya pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini seperti *brand awarness*, kualitas produk, harga, dan lain sebagainya,.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti mengupayakan semaksimal mungkin sesuai dengan tujuan dari penelitian. Namun demikian, peneliti merasa masih terdapat keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini hanya didasarkan pada hasil kuesioner sehingga memungkinkan adanya unsur kurang objektif, karena dalam memberikan jawaban terkadang responden tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya atau dapat dikatakan bahwa dalam pengisiannya hanya mementingkan cepat selesai saja.
2. Dalam proses penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan hanya secara *online* saja, sehingga peneliti berusaha semaksimal mungkin agar mendapatkan jumlah responden sesuai dengan sampel yang ditentukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui grup-grup yang ada, karena penelitian ini dilakukan pada saat pandemi covid-19

C. Saran

Berdasarkan hasil temuan data yang ditemukan peneliti pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal, diantaranya:

1. Untuk Konsumen

Disarankan untuk konsumen agar dapat memberikan *feedback* baik berupa kritik maupun saran kepada Shopee Indonesia agar perusahaan mengetahui kekurangan dari produk barang yang mereka jual dan dapat meningkatkan kualitas produk barang yang dijual.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Jika peneliti selanjutnya ingin meneliti keputusan pembelian sebagai variabel terikat, disarankan untuk melakukan penelitian terhadap variabel bebas yang berbeda selain variabel citra merek untuk mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti *brand awareness*, *store atmosphere*, kualitas produk, dan harga.