

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya yang berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan memaparkan dan membahas tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui keterkaitan antar variabel yaitu citra merek, minat beli dan perilaku aktual.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu citra merek sebagai variabel independen, minat beli sebagai variabel mediasi, dan perilaku aktual sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuisisioner menggunakan *g-form* yang dibagikan melalui media sosial kepada mahasiswa/i se Kota Padang dengan jumlah sampel minimal sebanyak 130 orang. Data yang telah didapatkan dari penyebaran kuisisioner dengan penilaian menggunakan skala likert diolah dengan menggunakan aplikasi pengolah data SmartPLS versi 3.9 dengan metode SEM. Dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1.1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Artinya, semakin tinggi tingkat citra merek pada shopee, maka semakin tinggi juga minat beli pada shopee di mahasiswa kota Padang. Artinya jika shopee memiliki citra merek yang bagus di mata mahasiswa maka

minat beli mahasiswa pada shopee juga akan tinggi yang mana akan meningkatkan profit dari perusahaan itu sendiri.

1.2. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku aktual.

Artinya, semakin tinggi tingkat minat beli pada mahasiswa, maka semakin tinggi juga perilaku aktual pada mahasiswa. Artinya jika minat beli pada mahasiswa tinggi maka perilaku aktual yang ditunjukkan oleh mahasiswa pada produk shopee juga akan tinggi.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat beberapa implikasi penting yang harus diperhatikan oleh pihak Shopee, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dan sumber informasi untuk evaluasi guna meningkatkan minat beli pelanggan dari shopee. Berikut beberapa implikasi penelitian ini:

1. Setelah penelitian ini dilakukan, dapat diketahui bahwa penelitian ini memberikan manfaat kepada pihak manajemen pemasaran shopee untuk dapat mengidentifikasi strategi pemasaran mana yang lebih efektif dan efisien digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini juga memberikan manfaat kepada pihak shopee dalam hal memberikan masukan informasi dalam mengembangkan usaha baik masa sekarang maupun masa yang akan datang. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, shopee dapat meningkatkan citra merk nya agar selalu diingat konsumen, karena ketika sebuah produk telah melakat dibenak konsumen maka hal tersebut akan meningkatkan minat beli.

2. Hasil penelitian ini, dapat memberikan memberikan wawasan tentang pentingnya citra merek di mata konsumen yang berperan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Lalu penelitian ini juga membantu para pemangku kepentingan lainnya seperti UMKM yang tergabung pada shopee untuk mengambil strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen yang cocok untuk direpkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yaitu citra merek, minat beli, dan perilaku aktual. padahal masih banyak variabel lain yang bisa dikembangkan untuk meneliti permasalahan ini.
2. Data dalam penelitian ini bersumber dari kuisisioner yang diisi oleh responden secara online, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemungkinan bersifat subjektif karena jawaban kuisisioner bergantung pada pendapat dan pemahaman masing-masing responden.
3. Dalam penelitian ini masih ditemukan beberapa responden yang tidak mengisi kuisisioner dengan serius, sehingga peneliti mendapatkan data yang tidak berkesinambungan antar jawaban yang di isi beberapa responden.

5.4 Saran Penelitian

Dari keterbatasan yang sudah dijabarkan diatas, berikut saran yang bisa dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.

1. Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel lain yang mungkin relevan pada penelitian ini.
2. Diharapkan untuk ruang lingkup penelitian selanjutnya tidak hanya terpaku pada mahasiswa/i yang ada di kota Padang.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian tidak hanya terpaku pada mahasiswa, tetapi juga penelitian pada masyarakat umum.

