

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini dilakukan menggunakan metode eksplanatif dengan menggunakan survei menyebarkan kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan yaitu 100 responden. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan memiliki kriteria tertentu bagi responden yang merupakan pengikut dari akun Instagram Bukalapak dan pernah melakukan transaksi di Bukalapak. Tidak ada karakteristik khusus tertentu untuk jenis kelamin responden, namun didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 53 orang (53%). Sedangkan responden perempuan berjumlah 47 orang (47%).

Berdasarkan hasil analisis data dengan beberapa pengujian, maka dapat dijelaskan dalam pembahasan bahwa *brand image* Bukalapak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini diketahui melalui hasil uji korelasi yang menunjukkan nilai r hitung $0,852 > 0,197$ dan memiliki pengaruh yang kuat. Hasil uji koefisien determinasi, menunjukkan besar pengaruh *Brand Image* terhadap peningkatan Minat Beli sebesar 72,5% dan sisanya sebesar 27,5% peningkatan Minat Beli dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Penelitian ini juga membuktikan isi teori dari *Elaboration Likelihood Model* mengelaborasi pesan melalui dua jenis jalur yaitu Central Route dan Pheriperla Route

5.2 Saran

Dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan peneliti kepada pembaca yang terdiri dari saran secara akademis dan saran secara praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti berkaitan dengan *Brand Image* Bukalapak terhadap Minat Beli Konsumen, dapat mengubah atau menambah variabel dependen dan Independen. Selain itu, jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan variabel yang sama dengan objek berbeda, dapat menggunakan teori baru yang lebih relevan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baru. Penambahan variabel dan penggunaan teori baru bertujuan untuk menciptakan perspektif yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Pada penelitian ini, peneliti menyarankan agar perusahaan terus meningkatkan Brand Image. Fitur tampilan juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen maka pembaharuan harus terus dilakukan dengan mengikuti trend yang ada. Iklan dan pemilihan celebrity endorser di media baik di Instagram dan di Televisi ditingkatkan lagi agar konsumen tertarik membeli, pertahankan ciri khas unik yang ada pada Bukalapak.