

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Didasari dari pembahasan dan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif serta signifikan variabel citra merek dengan parsial minat beli pelanggan *e-commerce* Blibli pada masyarakat kota Batam. Jadi dijelaskan bahwa semakin meningkat citra merek, maka minat beli konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya apabila citra merek menurun, maka minat beli konsumen turut menurun juga..
2. Terdapat pengaruh positif serta signifikan variabel duta merek secara parsial minat beli konsumen *e-commerce* Blibli pada masyarakat kota Batam. Berarti semakin bagus duta merek, maka minat beli konsumen akan semakin bagus, dan sebaliknya apabila duta merek tidak bagus, maka minat beli konsumen akan tidak bagus juga.
3. Terdapat pengaruh positif serta signifikan variabel *citra merek* dan duta merek berpengaruh dan signifikan dengan bersamaan kepada minat beli konsumen *e-commerce* Blibli pada masyarakat kota Batam. Berarti semakin meningkat citra merek dan duta merek secara simultan, maka minat beli konsumen juga meningkat, dan sebaliknya jika citra merek dan duta merek secara bersamaan menurun, maka minat beli konsumen akan menurun.

5.2 Saran

Didasari kesimpulan dibagian atas, sehingga peneliti ingin menyampaikan berbagai saran pada penelitian ini yakni:

1. Sebaiknya Blibli meningkatkan jaringan distribusi yang lebih baik.
2. Diharapkan kepada pihak Blibli untuk memilih duta merek yang memiliki sisi unik dalam mempromosikan Blibli, sehingga mampu menarik minat beli konsumen.
3. Diharapkan informasi produk Blibli bisa terdekripsi dengan lengkap untuk meningkatkan perhatian konsumen dalam pembelian produk.