

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berkenaan dengan penelitian yang dilakukan berkaitan dengan pengaruh *Brand Image*, *Promosi*, dan *Online Customer Service* terhadap Minat Beli di *E-commerce* Shopee yang telah dijabarkan pada setiap bab, dengan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Brand Image* (X1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada e-commerce Shopee dengan dinyatakan bahwa t hitung sebesar  $3,681 > 1,985$  dari nilai t tabel dan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yang berjumlah  $<0,001$ .
2. Variabel *Promosi* (X2) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada e-commerce Shopee dengan dinyatakan bahwa t hitung sebesar  $3,000 > 1,985$  dari nilai t tabel dan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yang berjumlah 0,003.
3. Variabel *Online Customer Review* (X3) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada e-commerce Shopee dengan dinyatakan bahwa t hitung sebesar  $3,599 > 1,985$  dari nilai t tabel dan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yang berjumlah  $<0,001$ .
4. Variabel *Brand Image* (X1), *Promosi* (X2), dan *Online Customer Service* (X3) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada e-

commerce Shopee dengan dinyatakan bahwa F hitung sebesar  $55,825 > 2,70$  dari nilai F tabel dan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yang berjumlah  $<0,001$ .

## 5.2 Saran

Berkenaan dengan hasil pada penelitian ini, maka saran yang dikemukakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Untuk *e-commerce* Shopee diusulkan untuk meningkatkan *Brand Image* Perusahaan dengan baik dan memberikan pandangan yang positif guna meningkatkan minat beli konsumen.
2. Untuk *e-commerce* Shopee diusulkan untuk memberikan Promosi yang tepat dan baik terhadap perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan ketertarikan pada minat beli konsumen.
3. Untuk pemilik toko suatu produk pada *e-commerce* Shopee diusulkan untuk memberikan kualitas produk dan layanan yang baik dan profesional yang ditawarkan untuk konsumen, sehingga konsumen dapat memberikan review yang positif dan dapat meningkatkan minat beli konsumen.
4. Untuk peneliti yang mendatang dapat menggunakan penelitian ini dan menambahkan referensi dari jurnal lain agar dapat memperluas variabel dan membantu menjangkau sampel lebih banyak sehingga data yang diterima lebih luas.