

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari pembahasan mengenai Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Recognition* (Pengenalan) *Brand Image E-Commerce* Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *Recognition* (Pengenalan) dari *E-Commerce* Shopee maka akan berdampak pada Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu melakukan *Recognition* (Pengenalan) kepada para *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reputation* (Reputasi) *Brand Image E-Commerce* Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *Reputation* (Reputasi) *E-Commerce* Shopee maka akan berdampak pada Minat Beli *Followers* Instagram

@racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu mencerminkan *Reputation* (Reputasi) yang baik di mata *followers* dengan selalu mempertahankan kepercayaan para *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Affinity* (Daya Tarik) *Brand Image E-Commerce* Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Insagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *Affinity* (Daya Tarik) *E-Commerce* Shopee maka akan berdampak pada Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* Shopee mampu melakukan *Affinity* (Daya Tarik) dengan baik kepada para *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Loyalty* (Kesetiaan Merek) *Brand Image E-Commerce* Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Insagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *Brand Loyalty* (Kesetiaan Merek) *E-Commerce* Shopee maka akan berdampak pada Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* Shopee mampu melakukan *Brand Loyalty* (Kesetiaan Merek)

dengan baik kepada para *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Minat Transaksional *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi *Covid-19*, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee maka akan berdampak pada Minat Transaksional *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu menciptakan minat transaksional *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Minat Refrensial *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi *Covid-19*, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee maka akan berdampak pada Minat Refrensial *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu menciptakan minat refrensial *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Minat Preferensial *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi *Covid-19*, dengan arah positif yang

menunjukkan bahwa semakin baik Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee maka akan berdampak pada Minat Preferensial *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu menciptakan minat preferensial *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.

8. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Eksploratif *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi *Covid-19*, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Pengaruh Brand Image E-Commerce Shopee maka akan berdampak pada Minat Eksploratif *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu menciptakan minat eksploratif *followers* Instagram @racunshopeecheck di masa pandemic covid-19.
9. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Brand Image E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *Brand Image E-Commerce* Shopee maka akan berdampak pada Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19 yang semakin tinggi begitupun sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image E-Commerce* Shopee mampu

menciptakan Minat Beli *Followers* Instagram @racunshopeecheck Di Masa Pandemi Covid-19.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan peneliti kemukakan adalah:

1. *E-Commerce Shopee* sebaiknya disarankan untuk meningkatkan Brand Image untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan cara meningkatkan fitur-fitur seperti Shopee Live, menambahkan voucher belanja, dll, mampu memberikan kualitas suatu produk dengan memaksimalkan kualitas fitur untuk dikunjungi.
2. Peneliti selanjutnya disarankan bisa memahami atas objek yang akan diteliti, sehingga penelitian dapat dilakukan secara lebih dalam.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk terus mencari referensi dari berbagai sumber agar mendapat gambaran yang jelas tentang apa yang akan diteliti, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.