

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Bab IV menyajikan kesimpulan dari penelitian berkaitan pengaruh kesadaran merek, kepercayaan, dan harga terhadap minat beli *online* serta saran yang diharapkan bisa memberi referensi untuk Bukalapak dalam meningkatkan minat beli konsumen.

#### **4.1. Kesimpulan**

Kesimpulan yang bisa ditarik yakni:

1. Kesadaran merek memberi pengaruh positif serta signifikan pada minat beli *online* di Bukalapak. Berarti setiap adanya penambahan pada kesadaran merek, maka minat beli akan ikut bertambah juga. Sebaliknya apabila kesadaran merek berkurang maka akan berpengaruh pada berkurangnya minat beli di Bukalapak.
2. Kepercayaan memberi pengaruh positif serta signifikan pada minat beli *online*. Artinya setiap adanya penambahan pada kepercayaan, maka minat beli akan ikut bertambah juga. Sebaliknya apabila kepercayaan berkurang maka akan berpengaruh pada berkurangnya minat beli di Bukalapak.
3. Harga memberikan pengaruh positif serta signifikan pada minat beli *online*. Artinya setiap adanya penambahan pada keempat indikator harga, maka minat beli akan ikut bertambah juga. Sebaliknya apabila ada pengurangan pada indikator variabel harga maka akan berpengaruh pada berkurangnya minat beli di Bukalapak.

4. Kesadaran merek, kepercayaan, dan harga secara simultan berpengaruh positif serta signifikan pada minat beli *online* di Bukalapak. Artinya semakin meningkat kesadaran merek, kepercayaan, dan indikator pada harga maka akan berpengaruh pada meningkatnya minat beli *online* di Bukalapak, begitu pun sebaliknya.

#### **4.2. Saran**

Sesuai hasil kesimpulan yang sudah diuraikan, ada beberapa saran sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam rangka meningkatkan minat beli di Bukalapak. Adapun saran yang dimaksud antara lain:

1. Bukalapak perlu menambahkan frekuensi iklan promosi khususnya pada sosial media supaya konsumen potensial dapat lebih familiar dan lebih mengerti tentang Bukalapak serta tawaran yang diberikan sehingga kesadaran akan merek Bukalapak meningkat.
2. Bukalapak perlu meyakinkan konsumen akan tingkat keamanan yang dipakai serta transparansi proses pengiriman dan jaminan yang diberikan sehingga konsumen tidak merasa ragu akan keamanan bertransaksi di Bukalapak.
3. Bukalapak perlu menambah promo berupa potongan harga, *flash sale*, dan pembebasan ongkos kirim pada produknya sehingga bisa menjadi *marketplace* pilihan yang utama karena harganya yang sangat terjangkau dan lebih bersaing.