

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Mengacu pada analisis dan pembahasan mengenai minat beli produk *fashion* secara *online* di Zalora melalui analisis *Partial Least Square (PLS)*, maka didapatkan suatu simpulan berikut ini:

- a. *Brand image* berpengaruh signifikan pada minat beli *fashion online* Zalora di Jakarta. Artinya, *brand image* merupakan salah satu faktor utama minat beli produk *fashion* secara *online* bagi konsumen, maka hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis penelitian.
- b. Harga berpengaruh positif pada minat beli *fashion online* Zalora di Jakarta. Artinya, dapat dijelaskan yakni harga yang ditawarkan Zalora sepadan dengan kualitas produknya. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis penelitian.
- c. Kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap minat beli *fashion online* Zalora di Jakarta. Hal ini disebabkan terdapat faktor lain yang memengaruhi konsumen dalam minat beli misalnya dengan melihat *brand image* dan harga yang ditawarkan, sehingga hasil penelitian terkait variabel ini tidak sejalan pada hipotesis penelitian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan sebuah penelitian, terdapat adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti, yakni:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan 75 responden sebagai data yang digunakan dalam penelitian, hal ini dirasa masih kurang mewakili pengguna Zalora itu sendiri dikarenakan Zalora merupakan situs *website fashion online* terbesar di Indonesia.
- b. Responden pada penelitian ini hanya mengambil responden berjenis kelamin wanita, serta responden yang minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta.

- c. Terdapat banyak variasi variabel lainnya yang dapat memengaruhi variabel minat beli. Sehingga, penelitian dengan variabel *brand image*, harga, dan kualitas layanan dapat dikembangkan lagi.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan di atas, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *brand image*, yaitu *brand image* memiliki pengaruh terbesar pada minat beli. Terbukti pada variabel *brand image*, faktor tertingginya yaitu dikarenakan produk yang dijual Zalora *original*. Untuk itu Zalora perlu menjaga citra dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkannya. Lalu pada faktor terendah yakni Zalora belum menjadi situs belanja *online* pertama yang konsumen ingat ketika ingin berbelanja produk *fashion* secara *online*. Oleh karena itu, sebaiknya Zalora melakukan inovasi terhadap produk dan *website* nya dengan menarik dan unik sehingga konsumen dapat dengan mudah mengingat Zalora ketika ingin berbelanja produk *fashion* secara *online*.
- b. Untuk peneliti berikutnya, penulis merekomendasikan agar peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian yang terkait dengan variabel *brand image*, harga, dan kualitas layanan pada minat beli produk *fashion online* Zalora lainnya, sehingga penelitian selanjutnya dapat menghasilkan hasil penelitian yang sangat baik. Lalu dapat dengan melakukan penambahan beberapa variabel di luar variabel bebas lainnya sehingga lebih variatif dan dapat mengetahui pengaruh variabel minat beli secara lebih mendalam pada bidang *fashion online* agar dapat lebih baik lagi pada penelitian berikutnya.