

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *brand image* OLX.co.id terhadap minat beli konsumen, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan *brand image* OLX.co.id terhadap minat beli konsumen diketahui sebesar 0,446 (44,6%) atau dapat dikategorikan *brand image* OLX.co.id berpengaruh pada minat beli konsumen pada tingkat pengaruh sedang. Sementara sisanya 55,4% minat beli konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan dari bagian penelitian ini.

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis perhitungan yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh *brand image* OLX.co.id terhadap minat beli konsumen, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. OLX.co.id diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas fitur-fitur yang diberikan, kualitas pelayanan, kualitas kenyamanan dan keamanan serta

kualitas produk yang diberikan agar *brand image* OLX.co.id dapat memberikan pengaruh yang kuat atau sangat kuat, karena dalam penelitian ini pengaruh *brand image* OLX.co.id masih dalam kategori pengaruh sedang.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat membandingkan situs jual-beli *online* OLX.co.id dengan situs jual-beli *online* lainnya yang ada di Indonesia untuk mengetahui respon konsumen dari berbagai situs jual-beli *online*, karena dalam penelitian ini hanya terfokus pada seberapa besar pengaruh *brand image* OLX.co.id saja dan belum membandingkannya dengan situs jual-beli *online* lainnya yang ada di Indonesia.