

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner pada masyarakat Kabupaten Kudus, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

- a. *Discount Framing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Reputation*. Artinya *discount framing* yang digunakan oleh sebuah produk akan untuk para konsumen akan memberikan pengaruh pada *brand reputation* dalam pembelian di *ecommerce shopee*
- b. *Discount Framing* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Artinya penggunaan *discount framing* yang digunakan oleh sebuah produk tidak selalu memberikan pengaruh positif, akan tetapi dapat memberikan pengaruh negatif pada *purchase intention*. Hal ini disebabkan karena para konsumen mencoba untuk tidak terkecoh dengan mempertimbangan aspek dari brand reputation dan brand image terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk.
- c. *Discount Framing* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*. Artinya *discount framing* yang dipasang untuk diberikan kepada konsumen akan memberikan pengaruh pada brand image. Hal tersebut membuktikan bahwa jika terdapat produk yang memberikan besar kecilnya *framing diskon* akan mempengaruhi kesan seorang konsumen dalam memandang produk tersebut.
- d. *Brand Reputation* memberikan pengaruh positif terhadap *purchase intention*. Artinya dalam penelitian ini reputasi merek seorang konsumen yang telah menggunakan produk tersebut dan merasa puas akan berdampak secara langsung pada tingginya *purchase intention*.
- e. *Brand Image* memberikan pengaruh positif terhadap *purchase intention*. Artinya suatu produk yang memberikan gambaran brand image pada benak seorang konsumen akan memberikan pengaruh pada *purchase intention*. Hal ini membuktikan bahwa apabila suatu merek mampu memberikan kesan yang baik didalam benak konsumen,

maka akan berdampak pada meiningkatnya purchase intention.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka diajukan beberapa saran yang harapannya dapat berguna, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Sebaiknya perusahaan ketika menerapkan strategi discount framing di ecommerce shopee dapat memberikan diskon yang lebih besar atau potongan yang lebih banyak dan waktu yang sedikit agar konsumen lebih senang dan tidak mempunyai waktu untuk berpfikir dan menimbang-nimbang untuk membeli produk tersebut. Serta penggunaan strategi discount framing alangkah lebih baik jika dilakukan dengan tidak sesering mungkin misal dengan menggunakan waktu awal bulan atau akhir bulan, sehingga konsumen akan menunggu waktu discount framing tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Mengembangkan penelitian dengan menambah variabel atau menambah hipotesis sehingga dapat memperkaya hasil penelitian dan memperluas ruang lingkup penelitian sehingga tidak hanya berfokus pada konsumen ecommerce shopee yang berdomisii di wilayah Kabupaten Kudus Saja.

C. Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti suatu cara penelitian yang sebenarnya dan sama dengan aturan keilmuan, penulis menyadari masih terdapat keterbatasan-keterbatasan dalam pelaksanaannya, antara lain:

1. Keterbatasan akses, hasil penelitian kali ini hanya didasarkan pada jawaban responden melalui kuesioner yang disebarakan pada responden dan digunakan dalam sampel penelitian.
2. Sampel pada penelitian ini terbatas hanya berjumlah 150 responden di Kabupaten Kudus yang pernah membeli produk emina di ecommerce shopee, sehingga pengambilan sampel ini belum maksimal untuk mencakup keseluruhan masyarakat Kabupaten Kudus yang menjadi konsumen emina di ecommerce shopee.
3. Peneliti hanya berfokus pada masyarakat Kabupaten Kudus yang pernah membeli produk emina di ecommerce shopee, sehingga peneliti tidak dapat mengetahui tanggapan masyarakat yang belum pernah membeli produk emina di ecommerce shopee.