

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *social networking footprint* dalam membangun citra merek dari sweaterpolos.id. Berikut berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, dari pembahasan yang telah dipaparkan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data rata-rata *Social Networking Footprint* yang diperoleh sweaterpolos.id berhasil memenuhi 4.863/5 yang diartikan bahwa sweaterpolos.id memiliki rate kepuasan pelanggan yang dalam hal ini menjadi wujud citra merek sweaterpolos.id dimata konsumennya.
2. Berdasarkan data yang diperoleh dari ulasan (*Social Networking Footprint*) yang ada di internet dalam penelitian ini platform media penjualan shopee membuat peneliti lebih mudah dalam hal pengambilan data untuk analisis. Dan dengan *rate social networking footprint* ini peneliti dapat melihat dengan lebih tepat mengenai citra mereknya dan kompetitornya.
3. Berdasarkan hasil analisis *social networking footprint* yang telah dilakukan, citra merek dari sweaterpolos.id sudah sangat baik karna mendekati hasil sempurna (respon baik, kualitas sesuai harga, produk sesuai gambar dan penjual ramah). Hal ini diartikan bahwa kepuasan konsumen yang tergambar dalam ulasan-ulasan (*Social Networking Footprint*) juga terpenuhi.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah di teliti dengan menggunakan metode *Social Networking Footprint*, maka dapat dipastikan bahwa produk sweaterpolos.id ini memiliki rate *Social Networking Footprint* yang tinggi dibanding kompetitornya sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek sweaterpolos.id paling baik dimata konsumen dibanding kompetitornya, dengan hasil *Social Networking Footprint* sebesar 4.863/5

Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sweaterpolos.id ini memiliki rate kepuasan pelanggan yang dalam hal ini menjadi wujud citra merek sweaterpolos.id dimata konsumennya. Rate disini bisa dilihat setipis apapun sehingga dapat membantu online shop agar tidak lengah terhadap competitor. Karna kompetitor dengan perbandingan rate yang tipis sekali bisa menyalip kapanpun. Hal ini juga dapat menjadi cambukan agar online shop dapat memperbaiki berbagai aspek untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen kedepannya sehingga citra merek akan selalu baik, tetap baik dan bisa lebih baik dimata konsumen.

2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi yang baik untuk penelitian yang berkaitan dengan *Social Networking Footprint* dan Citra Merek yang menggunakan metode kuantitatif (statistic)

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan menggunakan *rate social networking footprint* ini peneliti dapat melihat dengan lebih tepat mengenai citra mereknya dan kompetitornya dengan mudah. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya selain yang ada dalam penelitian ini dan dapat memperluas objek penelitiannya, mengingat penulis masih adanya keterbatasan dalam penelitian ini.