

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai citra merek, kualitas produk, kepercayaan konsumen dan kepuasan pelanggan. Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek secara parsial berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk *The Originote di marketplace* Tiktok.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembelian produk *The Originote* pada *marketplace* Tiktok.
3. Kepercayaan konsumen secara parsial tidak berpengaruh positif atau tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk *The Originote di Marketplace* Tiktok.
4. Secara simultan dapat diartikan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk *The Originote* di Tiktok. Hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian keputusan pembelian produk *The Originote di Marketplace* Tiktok dipengaruhi oleh variabel citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah responden yang hanya 112 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variable lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu citra merek, kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan kepuasan pelanggan pada brand *The Originote* di aplikasi tiktok, maka beberapa saran yang peneliti dapat sampaikan, berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *marketplace* Tiktok untuk memberikan kualitas produk yang bagus bagi para konsumen dan tidak merugikan perusahaan. Untuk itu *The Originote* harus memperhatikan kualitas yang diberikan agar konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *marketplace* Tiktok untuk melakukan flash sale karena memberikan banyak keuntungan kepada konsumen tidak hanya menyediakan harga yang lebih murah tetapi juga banyak menyediakan bundle produk yang berupa paket hemat, voucher diskon dan gratis ongkos kirim.

- c) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *The Originote* dan *Marketplace* Tiktok untuk selalu meberikan packaging yang terlindungi untuk dikirimkan kepada konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, seperti menambahkan variabel diskon, loyalitas konsumen, dan sebagainya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya wawasan pengetahuan, serta dapat melengkapi literature mengenai pengaruh citra merek,kualitas produk, kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada *brand The Originote* di *Marketplace* Tiktok.

