

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel *Brand Image* (X) variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti uraikan, maka peneliti dapat memberikan saran ataupun masukan guna untuk meningkatkan *Brand Image* pada *marketplace* Shopee. Adapun saran yang peneliti dapat berikan adalah pihak Shopee diharapkan untuk terus berinovasi agar dapat terus meningkatkan kualitas *Brand Image* agar Shopee dapat mempertahankan posisi sebagai *marketplace* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.