

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 5.1 Simpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dari pengaruh *brand experience* dan *brand image* terhadap *purchase intention* menggunakan GoPay di Jakarta, dapat diuraikan sebagai berikut:

##### 5.1.1 Brand Experience terhadap Purchase Intention

*Brand experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Apabila *brand experience* GoPay semakin baik, maka niat beli konsumen menggunakan GoPay akan meningkat juga.

##### 5.1.2 Brand Image terhadap Purchase Intention

*Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Apabila *brand image* GoPay semakin positif, maka niat beli konsumen menggunakan GoPay akan meningkat juga.

#### 5.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

##### 5.2.1 Bagi Perusahaan (PT Dompot Anak Bangsa)

*Purchase intention* dari para konsumen GoPay (PT Dompot Anak Bangsa) dipengaruhi oleh *brand experience* dari GoPay, serta *brand image* dari GoPay. Untuk meningkatkan *purchase intention* dari sisi *brand experience*, maka GoPay dapat meningkatkan kualitas tampilan serta melakukan inovasi yang dapat membuat konsumen menjadi semakin terikat



secara emosional terhadap GoPay, seperti program loyalitas ataupun *membership*. Sedangkan untuk meningkatkan *purchase intention* dari sisi *brand image*, maka GoPay dapat meningkatkan citra mereknya di mata penggunanya, dengan meningkatkan keunggulannya dibandingkan dengan dompet digital lain, seperti fitur eksklusif bagi pengguna. Serta GoPay juga perlu meningkatkan citra positifnya di mata konsumen, seperti menguatkan dampak sosial dan kepedulian terhadap masyarakat.

### 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian yang telah dilaksanakan ini, variabel yang diteliti masih terbatas dikarenakan adanya keterbatasan Peneliti dalam konteks penelitian. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lebih jauh, dengan menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap *purchase intention*.

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.