

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan:

1. Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa ewom memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Dilihat dari hasil penelitian diketahui bahwa keputusan pembelian memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Dilihat dari hasil penelitian bahwa citra merek, *electronic word of mouth*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka semakin baik citra merek, *electronic word of mouth* serta kualitas produk yang ditawarkan maka dapat meningkatkan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk.

5. 2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan maka terdapat saran dari peneliti, yaitu:

1. Perusahaan dapat terus menerapkan strategi branding yang kokoh dan konsisten dengan nilai-nilai merek mereka, sambil menjalankan komunikasi yang efektif guna membentuk persepsi positif di kalangan konsumen.
2. Perusahaan dihararkan untuk mengintensifkan keterlibatannya dalam berbagai platform media sosial, merespons dengan tanggap terhadap ulasan konsumen, dan mendorong dialog positif guna.
3. Perusahaan harus terus memprioritaskan dan memelihara standar kualitas yang tinggi. Ini dapat melibatkan proses produksi yang lebih cermat, pengujian kualitas yang lebih ketat, dan inovasi produk untuk memenuhi ekspektasi konsumen
4. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan penelitian selanjutnya sebagai faktor-faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.