

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari pemaparan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagaimana berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk EcoKing di kota Batam.
2. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk EcoKing di kota Batam.
3. *Electronic word of mouth (E-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk EcoKing di kota Batam.
4. Citra merek, promosi dan *e-wom* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk EcoKing di kota Batam.

5.2 Saran

Setelah pembahasan yang telah disampaikan sebelumnya, maka saran yang ingin diberikan dijelaskan dibawah ini:

1. EcoKing diharapkan untuk dapat meningkatkan citra merek agar dapat menarik konsumen seperti tingkatan kepercayaan konsumen dan perkuat identitas ramah lingkungan. Melalui hal ini, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. EcoKing diharapkan untuk dapat meningkatkan promosi, dengan upaya gunakan strategi pemasaran digital, promosi di tempat strategis dan berikan

program loyalty dan referral. Melalui hal ini, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

3. EcoKing diharapkan dapat meningkatkan *e-wom* seperti optimalkan ulasan & testimoni, kolaborasi dengan influencer & komunitas lokal, dan strategi konten viral. Melalui hal ini, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Diharapkan bahwa penelitian ini akan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, dengan upaya untuk mengembangkan variabel yang lebih luas dan, jika perlu, menambahkan variabel tambahan untuk variasi penelitian.