

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan permasalahan dan pengkajian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam, maka kesimpulan yang dikutip dari peneliti dan dapat berguna sebagai bahan masukan dan informasi adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand awareness* dan *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam. Kesadaran merk yang tinggi dapat menarik dan meningkatkan niat beli konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived quality* dan *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam. Persepsi kualitas yang unggul dan bagus dapat meningkatkan niat beli konsumen.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *electronic word of mouth* dan *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam. *Review* elektronik di internet mampu meningkatkan niat beli konsumen.
4. Variabel *brand awareness*, *perceived quality* dan *electronic word of mouth* secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada *brand* Man Man Tang di Batam. Dengan kesadaran merk yang tinggi, kualitas produk yang unggul dan *review* elektronik dari konsumen mampu mempengaruhi niat beli calon konsumen.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pengarahan dan bahan penilaian bagi perusahaan dalaupaya mendapatkan niat beli yang tinggi sebaga berikut:

1. Melihat kesimpulan diatas bahwa *brand awareness*, *perceived quality* dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase intention*, maka disarankan kepada pihak Man Man Tang untuk lebih memperhatikan kualitas dan *review* konsumen agar dapat meningkatkan *purchase intention* konsumen.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap dapat meneliti variabel yang baru dan belum pernah diteliti dan peneliti berharap penelitian ini yang telah dihasilkan dapat menjadi panduan, informasi dan tolak ukur bagi peneliti selanjutnya.