

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Menurut penelitian yang sudah dilaksanakan, hasil analisis dan pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab- bab sebelumnya berkenaan mengenai pengaruh Citra Merek, Kesadaran merek dan *e- word of mouth* terhadap Minat pembelian Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia serta pengujian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Citra Merek bisa berpengaruh dengan signifikan terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah.
- b. Kesadaran Merek tidak cukup memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah.
- c. *E-word of mouth* dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan pada Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah.

#### **V.2 Saran**

Menurut kesimpulan yang sudah dibuat, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pada variabel Citra merek pada indikator rasa, kemasan kualitas dan mutu, kegunaan dan manfaat, harga dan image Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia maka peneliti menyarankan untuk selalu mempertahankan dalam kualitas dan mutu, harga dan image produk dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan untuk memperkenalkan produknya kepada segmen baru yang lebih luas pada Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia.
- b. Pada variabel Kesadaran Merek berdasarkan pengenalan merek, penguatan Kembali merek, kesadaran puncak pikiran Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia maka peneliti menyarankan untuk selalu mempertahankan dalam pengenalan merek untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan untuk memperkenalkan

produknya kepada segmen baru yang lebih luas pada Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia.

- c. Pada variable *Electronic word of mouth* berdasarkan indikator kemauan konsumen membicarakan produk, rekomendasi produk dan dorongan terhadap orang lain, teman atau relasi maka peneliti menyarankan untuk selalu mempertahankan dalam Kemauan Konsumen Membicarakan Produk Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia untuk meningkatkan penjualan dalam hal merekomendasikan produk pada social media.