

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Telah melakukan penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya untuk menarik kesimpulan yang dapat memecahkan rumusan masalah dalam penelitian ini; *eWOM* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli minuman Menantea. Dari hal tersebut dapat dijabarkan bahwasannya *eWOM* Menantea meningkatkan minat calon konsumen Menantea untuk melakukan pembelian. Konsumen Menantea cenderung mengumpulkan informasi produk dan melihat ulasan konsumen lainnya guna meningkatkan minat mereka untuk melakukan pembelian produk Menantea

Citra Merek dalam penelitian ini juga menghasilkan pengaruh yang juga signifikan terhadap Minat Beli minuman Menantea. Dari hal tersebut dapat dijabarkan juga bahwa Citra Merek Menantea menjadi faktor penting yang dapat menciptakan Minat Beli konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dari sebuah merek yang memiliki Citra Merek yang baik. Citra baik merek Menantea yang ada dalam benak konsumen Menantea mampu membuat konsumen berminat melakukan pembelian pada merek ini.

5.2 Saran

Pembahasan dan kesimpulan telah sukses dihasilkan, adapun peneliti bermaksud untuk memberikan saran yang membangun kepada perusahaan maupun peneliti selanjutnya sebagai upaya untuk menciptakan strategi pemasaran maupun penelitian-penelitian yang lebih baik kedepannya :

1. Apabila dilihat dari nilai *loading factor* nilai yang paling rendah, Menantea disini seharusnya lebih bisa menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.
2. Kemudian selanjutnya jika dilihat dari nilai *loading factor* yang paling rendah pada variabel *eWOM*, berarti Menantea harus bisa meningkatkan kualitas setiap produknya agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen

terhadap merek selain yang mereka dapatkan dari ulasan positif konsumen lainnya.

3. Dan yang terakhir nilai *loading factor* yang paling rendah pada variabel Citra Merek, menjadikan Menantea harus bisa menciptakan suatu hal baru dan terus berinovasi agar dapat menciptakan citra merek yang lebih baik sehingga membuat konsumen memiliki minat untuk membeli produk Menantea.
4. Dan untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian di daerah lain atau daerah yang lebih luas misal melakukan penelitian di DKI Jakarta karena dalam penelitian ini masih terbatas di area Jakarta Selatan dan agar meneliti variabel lainnya seperti kesadaran merek dan promosi.