

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Dengan mengacu pada hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai Pengaruh Gaya Hidup, E-WOM, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Sepatu Sneaker New Balance menggunakan perangkat lunak *SmartPLS*, maka dapat ditarik simpulan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup individu dapat mempengaruhi kecenderungan mereka untuk membeli produk tersebut. Konsumen yang memiliki gaya hidup yang sejalan dengan citra dan nilai-nilai yang diusung oleh merek New Balance cenderung memiliki minat beli yang lebih tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan faktor gaya hidup dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Selanjutnya pada hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa E-WOM berpengaruh terhadap Minat Beli. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan ulasan yang diberikan oleh konsumen melalui platform online memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk minat beli. Konsumen cenderung mempercayai dan tertarik pada produk yang mendapatkan ulasan positif dan rekomendasi dari teman, keluarga, atau influencer. Oleh karena itu, perusahaan perlu memanfaatkan kekuatan E-WOM dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan minat beli terhadap produk sneaker *New Balance*.

Kesimpulan terakhir yang didapat pada penelitian ini yakni Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli. Kualitas produk yang baik, termasuk aspek seperti kenyamanan, desain yang menarik, dan keandalan, mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Konsumen cenderung memiliki minat beli yang lebih tinggi terhadap produk dengan kualitas yang tinggi. Temuan ini menunjukkan pentingnya perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk mereka guna memenuhi harapan konsumen dan memperkuat minat beli terhadap produk sneaker New Balance.

V.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan penarikan simpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemahaman tentang gaya hidup konsumen: New Balance perlu melakukan riset yang lebih mendalam mengenai gaya hidup konsumen di wilayah Jabodetabek. Dengan memahami preferensi, nilai-nilai, dan kebutuhan gaya hidup konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan menghadirkan produk yang relevan dengan gaya hidup mereka.
2. Memperkuat *brand presence* di platform online: Mengingat pengaruh positif E-WOM terhadap minat beli konsumen, New Balance perlu memperkuat kehadirannya di platform online, seperti media sosial dan situs web. Aktif berinteraksi dengan konsumen, mengumpulkan ulasan positif, dan mengembangkan program afiliasi dengan influencer dan pengguna media sosial dapat membantu meningkatkan eksposur merek dan mempengaruhi minat beli konsumen.
3. Meningkatkan kualitas produk: Kualitas produk merupakan faktor penting dalam memengaruhi minat beli konsumen. New Balance perlu terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk sneakernya. Melakukan riset pasar, mengumpulkan umpan balik dari konsumen, dan mengidentifikasi area perbaikan akan membantu perusahaan memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas produk dan meningkatkan minat beli.