

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

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

Merujuk *output* penelitian, bisa disimpulkan yakni kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk Mixue di Kota Bogor. Kualitas kinerja, keandalan, keistimewaan, daya tahan, dan mutu kesesuaian adalah semua indikator yang berkontribusi pada dampak ini. Selain itu, citra merek memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk Mixue di Kota Bogor. Indikator seperti Indikator-indikator seperti *Brand Strength*, *Brand Favorability*, dan *Brand Uniqueness* terbukti mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Namun, dari hasil penelitian ini, terungkap bahwa elektronik word of mouth tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue di Kota Bogor. Intensitas, tanggapan, dan konten dari elektronik word of mouth ternyata kurang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebesar 72,9% dari keputusan pembelian mempengaruhi faktor-faktor seperti "Kualitas Produk, Citra Merek, dan Elektronik Word of Mouth". Sedangkan, 17,1% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil yang telah melalui uji dan analisis penelitian memberikan konklusi yang lebih jelas mengenai penyebab yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Mixue di Kota Bogor. Dengan mengetahui pentingnya kualitas produk dan citra merek, perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran dan meningkatkan pengaruh positif dari elektronik word of mouth untuk meningkatkan preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, penelitian ini juga mengingatkan bahwa masih ada faktor-faktor lain yang mungkin turut berperan dalam keputusan pembelian, yang layak untuk diteliti lebih lanjut.

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

Saran agar perusahaan dapat mempertahankan konsistensi kualitas dari produk dengan mempertimbangkan harga yang tepat dengan produk yang

ditawarkan. Disamping itu juga perusahaan bisa meningkatkan kualitas dari produknya dari segi keandalan produknya, menggunakan bahan baku yang dapat membuat cita rasa produk tidak cepat netral. Sehingga hal tersebut menjadi peluang agar dengan meningkatnya produk mendekati kesempurnaan yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian. Selanjutnya saran dalam penelitian ini adalah dalam mempertahankan citra merek, untuk tetap dapat menjaga citra yang baik dimata pelanggan itu, hal yang dapat dipertahankan adalah logo dari produk, seiring berjalannya waktu inovasi pasti akan dilakukan, tetapi disamping itu jangan melupakan detail kecil seperti logo yang mudah diingat agar saat konsumen memilih produk, hal pertama yang terbesit adalah dari logo nya yang mudah diingat. Selanjutnya untuk meningkatkan citra merek disarankan untuk tetap eksis dan bersaing dengan perusahaan kompetitor dengan menciptakan inovasi diatas persaingan industry yang ada, agar merek ini menjadi andalan di dalam dunia es krim dan minuman kekinian di masa yang akan datang. Lebih lanjut, saran dalam segi elektronik word of mouth agar perusahaan bisa menaikkan keputusan pembelian adalah meningkatkan ulasan baik pada media digital dengan memberikan informasi yang cukup kepada konsumen dan juga memberikan keistimewaan untuk pemberi ulasan.

Peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis memiliki kemampuan untuk menambah atau mengubah beberapa variabel tidak dibahas, kemudian bisa menyebabkan variasi pada penelitian mendatang. Di sisi lain, peneliti memberikan rekomendasi untuk meningkatkan akurasi dan kesempurnaan penelitian yang akan datang.