

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh *electronic word of mouth*, *brand image* dan *brand trust* terhadap minat beli pada *smartphone* iPhone, maka penulis dapat menarik kesimpulan kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin baik *electronic word of mouth* maka semakin tinggi minat beli yang dirasakan responden terhadap produk tersebut.
- b. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin tinggi *brand image* yang dirasakan konsumen pada produk *smartphone* iPhone maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut.
- c. *Brand Trust* berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin rendah *brand trust* pada produk *smartphone* iPhone maka berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pihak perusahaan Apple dapat mempertahankan serta meningkatkan citra merek (*brand image*) dari produk *smartphone* iPhone. *Brand image* dari iPhone yang baik akan memunculkan kepercayaan konsumen kepada merek (*brand trust*) iPhone tersebut. Konsumen yang menggunakan produk *smartphone* cenderung memberikan testimoni positif melalui berbagai media, terutama media internet. Apabila mereka merasa percaya pada merek (*brand trust*) iPhone, sehingga masyarakat yang melihat

testimoni tersebut melalui media internet dan tertarik membeli produk *smartphone* iPhone. Adanya *brand image* yang baik dan *brand trust* yang tinggi pada iPhone dapat meningkatkan minat beli masyarakat akan produk *smartphone* tersebut.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli selain *electronic word of mouth*, *brand image* dan *brand trust* agar hasil lebih maksimal.

