

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *purchase intention* pada *e-commerce Sociolla* di kalangan muda, maka dapat disimpulkan:

1. *Electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh dan juga tidak signifikan terhadap *Purchase Intention* pada *e-commerce Sociolla*. Artinya, beberapa faktor menyebabkan kurangnya kontribusi atau peran dari *electronic word of mouth* adalah seperti konsumen kurang memiliki waktu untuk mengakses informasi tentang Sociolla dan produk yang dijualnya di internet, kurang bertanya atau mendapat informasi dari pengguna internet lainnya, dan lebih memilih bertanya langsung kepada pengguna yang sudah memiliki pengalaman. Dapat diartikan pula bahwa konsumen masih kurang memperhatikan *electronic word of mouth* sebagai bentuk pemasaran yang dilakukan Sociolla dalam hal meningkatkan minat beli. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hipotesis awal yang diajukan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase intention*.
2. *Brand Image* berpengaruh dan juga signifikan terhadap *Purchase Intention* pada *e-commerce Sociolla*. Artinya, *brand image* Sociolla sudah cukup kuat untuk di beberapa targetnya sehingga tercipta persepsi konsumen yang bagus terhadap *e-commerce Sociolla*. *Brand image* merupakan salah satu faktor mengapa konsumen memilih dan menggunakan Sociolla dalam bertransaksi *online* khususnya di produk kecantikan. Hal tersebut juga didukung dengan produk-produk yang dijual Sociolla sangat berkualitas dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Sociolla sehingga membuktikan bahwa Sociolla sudah membangun *brand image* yang baik di mata konsumennya. Hasil penelitian ini

sejalan dengan hipotesis awal yang diajukan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap *purchase intention*.

V.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dibuat, adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus tetap konsisten dan terus menjaga citra yang baik pada merek perusahaan agar minat beli pada Sociolla dapat terus meningkat. Sociolla juga harus lebih meningkatkan fitur-fitur seperti membuat variasi konten atau konsep dari *website* yang mereka miliki agar lebih menarik konsumen dan memberikan deskripsi produk yang lebih *detail* agar konsumen semakin memahami produk dengan baik sehingga konsumen semakin yakin untuk berbelanja *online* di Sociolla dibanding di *e-commerce* yang lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian terkait *purchase intention* dengan menambahkan beberapa variabel bebas lainnya di luar variabel yang telah digunakan oleh peneliti. Hal tersebut dilakukan agar dapat mengetahui variabel apa saja yang lebih berpengaruh terhadap *purchase intention*, khususnya pada *e-commerce* dan berguna juga untuk membuat penelitian yang akan diteliti lebih sempurna dan akurat. Selain itu, sebaiknya untuk membuat penelitian baru harus berdasarkan dengan penelitian terdahulu atau *gap research* yang ada sehingga dapat menemukan celah yang bisa diteliti oleh peneliti selanjutnya.