

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *eWom* produk Sayapku bervariasi tinggi. Sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi pihak pemilik outlet Sayapku untuk berinovasi dalam pembuatan produk, sehingga menimbulkan peran *eWom* yang positif. Hal ini juga dapat membuat para konsumen produk Sayapku dapat mempertimbangkan peran *eWom* dalam Minat beli produk Sayapku.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Harga produk Sayapku bervariasi tinggi. Sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan pihak pemilik outlet Sayapku dalam penentuan Harga produk Sayapku. Hal ini juga dapat menjadi suatu pertimbangan bagi para konsumen dalam Minat beli produk Sayapku.
3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Minat Beli produk Sayapku bervariasi tinggi. Sehingga hal ini akan menjadi peluang bagi outlet sayapku dalam mengembangkan outlet Sayaku.
4. *eWom* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk Sayapku.
5. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk Sayapku.
6. Berdasarkan uji hipotesis simultan terdapat pengaruh simultan antara *eWom* dan Harga terhadap Minat Beli produk Sayapku.

1.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diusulkan saran dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada pihakpihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel *eWom* yang tinggi. Sehingga outlet Sayapku harus lebih meningkatkan pemasaran yang dapat dikendalikan oleh serorang konsumen dengan menggunakan peran *eWom* dalam melakukan sebuah review produk Sayapku. Hal ini untuk menarik minat konsumen dalam proses jual beli.
2. Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel Harga yang tinggi. Sehingga outlet Sayapku agar tetap memperhatikan harga produk Sayapku, sehingga hal ini akan tetap menjadi ketertarikan konsumen untuk membeli produk Sayapku.
3. Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel Minat Beli yang tinggi. Sehingga outlet Sayapku agar terus mengembangkan outlet Sayapku, agar masyarakat Karawang lebi familiar dengan outlet Sayapku.
4. Bagi pihak pemilik outlet Sayapku jika semakin berinovasi dan kreatifitas yang tinggi dalam menciptakan produk, tentunya hal ini akan selalu menimbulkan peranan *eWom* yang positif sehingga menimbulkan minat beli bagi para konsumen dan jika harga produk terjangkau juga tentunya akan menimbulkan minat beli bagi para konsumen.
5. Bagi pihak pemilik outlet Sayapku untuk terus memperluas outlet Sayapku, untuk mempermudah para konsumen juga menimbulkan pesan familiar dibenak konumen sehingga menimbulkan peranan minat beli bagi produk Sayapku.
6. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel bebas lain atau dengan menambahkan variabel lain untuk penelitian sejenis, sehingga dapat mengidentifikasi lebih banyak variabel yang mempengaruhi Minat beli Sayapku.