

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. E-Wom pengguna lipstik emina kepada 90 mahasiswi manajemen angkatan 2017 menyatakan bervariasi tinggi. Sehingga menjadi pertimbangan produk Emina untuk berinovasi lebih bagus lagi dan terus ditingkatkan untuk semua produk yang ada sehingga semuanya akan memunculkan E-Wom yang positif dan ulasan yang positif yang dikeluarkan oleh konsumen Emina
2. Citra Merek pengguna lipstik emina kepada 90 mahasiswi manajemen angkatan 2017 menyatakan bervariasi sangat tinggi. Sehingga menjadi pertimbangan produk Emina karena sudah loyal di masyarakat sudah banyak yang tau dan merek Emina sangat mudah di ingat dan diucapkan lalu Citra dari Merek Emina tersebut sudah sangat terjamin karena sudah sangat di ingat oleh masyarakat khususnya para remaja dan dewasa.
3. Keputusan Pembelian pengguna lipstik emina kepada 90 mahasiswi manajemen Angkatan 2017 menyatakan bervariasi sangat tinggi. Hal tersebut dijelaskan pada jawaban kuisioner, mayoritas responden menjawab Sangat Tinggi.
4. E-Wom secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina pada marketplace Shopee
5. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina pada marketplace Shopee
6. E-Wom dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk lipstik Emina pada marketplace Shopee

5.2 Saran

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

1. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa E-Wom yang tinggi. Sehingga Emina harus lebih meningkatkan pemasaran yang dapat dikendalikan oleh konsumen berupa pemasaran dari mulut ke mulut yang berbasis internet atau elektronik. Serta memanfaatkan internet dalam melakukan review produk. Untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan.
2. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa Citra Merek yang sangat tinggi. Sehingga Emina harus lebih meningkatkan kualitas dan loyalitas konsumen agar tetap loyal dan selalu *improvement* dalam segala kualitas dan harga yang ramah di semua kantong agar konsumen merasa harga dari Emina tidak terlalu mahal dibanding dengan harga kosmetik lain-nya. Semua dilakukan untuk meningkatkan penjualan.
3. Diharapkan untuk brand Emina agar lebih menjaga kualitas dan citra dari merek agar tetap loyal di mata konsumen karena semakin bagus citra dari suatu merek semakin loyal para konsumen terhadap merek tersebut. Pastinya peranan E-Wom sangat penting juga semakin banyak ulasan dan review dari seseorang semakin kuat pula Citra Merek dari produk tersebut dan semakin mudah dalam melakukan suatu Keputusan Pembelian.
4. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih umum terhadap faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.
5. Untuk 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 keputusan pembelian produk lipstik Emina.

6. Untuk penulis selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi dan lebih terperinci agar setiap masalah dalam perusahaan maupun masalah dari objek tersebut yang akan diteliti dapat terpecahkan dan bermanfaat bagi perusahaan dan objek yang diteliti tersebut.

