

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada produk *skincare* Whitelab
2. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada produk *skincare* Whitelab
3. Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada produk *skincare* Whitelab
4. Variabel *brand image* dapat memediasi pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *purchase decision* pada produk *skincare* Whitelab

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menghasilkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* melalui *brand image*, saran dari peneliti adalah perusahaan diharapkan

untuk lebih fokus untuk selalu konsisten memberikan konten yang informatif pada strategi pemasaran melalui media sosial. Selain itu, perusahaan diharapkan untuk selalu memperhatikan kualitas dan harga dari produk *skincare* Whitelab, agar selalu dapat menjawab kebutuhan konsumen. Sehingga dengan memperhatikan produknya dan strategi pemasaran yang tepat, konsumen akan mendapatkan pengalaman baik yang kemudian akan menghasilkan *review* yang positif dan mendorong konsumen untuk merekomendasikan kepada konsumen lain, dan pada akhirnya akan dapat membuat perusahaan mencapai target yang diharapkan.