

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV, dapat diambil simpulan bahwa:

1. eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada *Smartphone* Samsung.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *Smartphone* Samsung
3. Citra merek berperan sebagai variabel mediasi pengaruh eWOM terhadap minat beli *smartphone* Samsung
4. Pengaruh indirect eWOM terhadap minat beli memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh direct eWOM terhadap minat beli
5. eWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *Smartphone* Samsung.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dicapai belum menunjukkan hasil yang maksimal. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya di lakukan pada satu merek
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya di lakukan di kota Yogyakarta

C. Saran

Bagi perusahaan

1. Diharapkan perusahaan agar mampu menjaga informasi yang beredar di masyarakat akan produknya selalu baik. Dikarenakan informasi yang yang diterima masyarakat akan menimbulkan cita merek dan itu akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak objek penelitian dengan menggunakan lebih dari satu merek agar bisa di bandingkan dengan merek lain
2. Bisa memperluas wilayah pengambilan sampel lebih dari 1 kota, agar sampel yang di dapatkan bisa lebih representatif