

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan PLS untuk menguji pengaruh dari Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Minat Beli maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Electronic Word of Mouth berpengaruh terhadap Minat Beli produk tandon air Marine di Surabaya. Semakin banyak informasi yang didapat oleh konsumen lain maka semakin tinggi juga minat beli pada produk tandon air Marine di Surabaya.
2. Persepsi Brand Image berpengaruh terhadap Minat Beli produk tandon air Marine di Surabaya. Semakin baik Image yang di berikan oleh tandon air Marine maka semakin tinggi minat beli pada produk tandon air Marine di Surabaya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan untuk bahan dalam pengambilan keputusan pembelian:

1. Persepsi Electronic Word of Mouth sangat berpengaruh bagi Minat Beli produk tandon air Marine di Surabaya. Jadi perusahaan PT. Tanki Abadi Perkasa harus dapat membantu dalam menyediakan informasi mengenai produk mereka. Agar konsumen yang telah membeli dapat memberikan opini mereka perihal pengalaman dalam menggunakan produk tandon air Marine. Kemudian

konsumen tersebut dapat menceritakan ke konsumen lain akan pengalaman mereka menggunakan produk tandon air Marine

2. Persepsi Brand Image sangat berpengaruh terhadap Minat Beli tandon air Marine di Surabaya. Perusahaan harus memperhatikan dengan benar Image apa yang tercipta di masyarakat mengenai produk tandon air Marine. Untuk sekarang Image yang tercipta sudah cukup baik dan harus tetap dipertahankan image tersebut. Jika bisa menambah nilai dari image tersebut.