

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji analisis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Social Network Marketing* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,378 dengan *p-values* sebesar 0,000
2. *Social Network Marketing* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,226 dengan *p-values* sebesar 0,001
3. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,296 dengan *p-values* sebesar 0,001
4. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,205 dengan *p-values* sebesar 0,013
5. Kepercayaan Konsumen berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,568 dengan *p-values* sebesar 0,000
6. *Social Network Marketing* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,168 dengan *p-values* sebesar 0,001

7. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,215 dengan *p-values* sebesar 0,000

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Saat ini industri fashion sangat beragam, bahkan di dunia fashion muslim model hijab yang kian bertambah dengan berbagai model dan variasi. Hal ini menunjukkan bahwa mulai banyak pesaing sejenis dalam menjual produk hijab yang sama seperti Hijabku. Hendaknya perusahaan lebih kreatif dalam membuat sebuah konten dalam penggunaan jejaring sosial untuk menarik konsumen serta membangun interaksi terhadap konsumen guna meningkatkan minat beli terhadap konsumen yang tentunya berpengaruh untuk meningkatkan penjualan serta profitabilitas.
2. Dalam Menjaga hubungan dengan konsumen, Hijabku sangat penting untuk memperhatikan hubungan dengan konsumen agar terjalin hubungan yang baik. Hendaknya harus memperhatikan setiap ulasan dari konsumen agar mereka puas serta memberikan review secara jujur untuk menumbuhkan minat beli terhadap calon pembeli ketika ingin membeli suatu produk.