

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang berasal dari pengujian menggunakan PLS untuk menguji pengaruh *Electronic word of mouth (E-WOM)* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian, Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Electronic word of mouth (E-WOM)* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk Xiaomi, artinya Semakin banyak ulasan positif yang disampaikan pelanggan tentang suatu produk di media sosial akan mempengaruhi keputusan pembelian.
2. *Perceived Quality* memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk Xiaomi, artinya semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap suatu produk, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Sebagai implikasi hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan efektivitas *Electronic word of mouth (E-WOM)*, *Xiaomi* Disarankan meningkatkan ulasan positif dengan melibatkan influencer dan komunitas teknologi untuk memberikan ulasan positif dan mendemonstrasikan produk *Xiaomi* kepada audiens mereka. Selain itu, *xiaomi* memberikan reward kepada pelanggan setia yang memberikan ulasan positif. Hal ini tentu akan membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik.
2. Untuk meningkatkan *Perceived Quality* (persepsi kualitas) *Xiaomi* disarankan fokus pada inovasi teknologi terbaru yang relevan, meningkatkan kualitas produk dengan fitur canggih yang memberikan nilai tambah, memperbaiki pengalaman pengguna untuk membuktikan Smartphone *Xiaomi* memiliki kualitas tinggi. sehingga peningkatan kualitas akan berdampak positif terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menyempurnakan penelitian ini bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain atau variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini seperti *Customer Review*, *User Experience* dan *Social Media Engagement*.