

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil analisis yang telah diimplementasikan, berdasarkan perolehan hasil pengujian menggunakan PLS yang bertujuan untuk menguji pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk album fisik Treasure di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Electronic Word of Mouth* berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk album fisik Treasure di Kota Surabaya. Semakin banyak intensitas informasi yang diterima konsumen melalui *Electronic Word of Mouth*, maka semakin besar pula dorongan konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk album fisik Treasure di Kota Surabaya.
2. Kualitas Produk berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk album fisik Treasure di Kota Surabaya. Semakin baik kualitas yang ditawarkan, maka semakin mendorong konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk album fisik Treasure di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak bersangkutan terkait dalam proses pengambilan keputusan, di antaranya sebagai berikut ini :

1. Perusahaan YG Entertainment disarankan untuk terus meningkatkan strategi *Electronic Word of Mouth* melalui media sosial dengan memberikan informasi berupa konten maupun video tentang album dengan cara yang menarik, interaktif, dan mudah dibagikan. Selain itu, perusahaan juga perlu untuk mempertahankan intensitas penyebaran informasi maupun konten terkait album fisik Treasure agar konsumen semakin mudah dalam mengakses.
2. Perusahaan YG Entertainment disarankan untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk album fisik Treasure, terutama dari segi kemasan, bahan album dan kelengkapan *inclusions* yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan perlu mempertahankan standar kualitas produk yang unggul dibandingkan dengan merek album fisik K-Pop lain yang sejenis agar konsumen dapat tetap menilai album Treasure memiliki nilai koleksi dan kualitas yang lebih baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat mencantumkan penambahan variabel lain ataupun perluasan objek penelitian yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan tujuan agar hasil penelitian yang diperoleh memiliki cakupan yang lebih luas dan menyeluruh.