

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan PLS yang berguna untuk menguji pengaruh variabel terhadap Minat Beli, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh E-WOM terhadap Minat Beli produk MS GLOW. Hal ini dapat membuktikan bahwa E-WOM berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Semakin baik konten Instagram yang dibuat oleh sebuah merek mengenai produk yang dijual maka dapat memunculkan atau meningkatkan minat beli para konsumen.
2. Pengaruh Citra Merek terhadap minat beli produk MS GLOW. Hal ini dapat membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Semakin baik Citra Merek yang dihasilkan oleh sebuah merek pada benak para konsumen mengenai produk dan merek maka akan memunculkan atau meningkatkan minat beli para konsumen.

#### 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. Dengan E-WOM yang terdapat pada konten Instagram MS GLOW yang sudah di unggah sejak lama, disarankan untuk MS GLOW agar terus mengikuti perkembangan zaman mengenai konten-konten yang dibuat pada Instagram MS GLOW, selain itu diharapkan agar MS GLOW terus membuat konten-konten yang mudah dipahami oleh para pengguna Instagram. Karena dengan hal tersebut dapat membuat para konsumen lebih tertarik untuk melihat konten Instagram MS GLOW dan dapat menaikkan lagi minat beli para konsumen
2. Diharapkan MS GLOW terus membuat konten-konten yang menarik khususnya konten-konten berisikan *review* mengenai produk MS GLOW, karena dengan adanya *review* pada konten tersebut akan membuat MS GLOW memiliki *image* yang baik dibenak para pengguna Instagram.