

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari penelitian berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Brand Image* Carasun Beauty di Twitter” sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah menolak H_0 dan menerima H_1 yaitu Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* (EWOM) terhadap *brand image* Carasun Beauty di Twitter. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.
2. *Electronic word of mouth* Carasun Beauty di Twitter memberikan pengaruh terhadap *brand image* Carasun Beauty di Twitter sebesar 64.7%. Hal tersebut dilihat dari *R Square* sebesar 0.647. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 35.3% dan tidak dibahas dalam penelitian ini

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan secara akademis lebih dapat dikembangkan lagi. Harapannya penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan dan memperdalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *brand image*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa variabel *electronic word of mouth* Carasun Beauty di Twitter mempengaruhi *brand image* Carasun Beauty dan adanya faktor lain yang perlu diteliti lebih lanjut yang juga dapat mempengaruhi *brand image* sebuah perusahaan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi *brand image* sebuah perusahaan yaitu dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dapat dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Koranti (2015), penelitian ini telah membuktikan bahwa kegiatan

CSR telah memberikan manfaat untuk mempertahankan dan mendongkrak *brand image* sebuah perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

Carasun Beauty dapat memanfaatkan media sosial Twitter untuk mengelola *electronic word of mouth*, karena semakin baik atau tinggi terjadinya *electronic word of mouth* maka, semakin baik *brand image* Carasun di mata publik. Upaya perusahaan atau *brand* untuk meningkatkan *brand image* yang positif, Carasun Beauty juga dapat melakukan program-program CSR yang dapat meningkatkan *brand image* Carasun Beauty.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA