

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *brand image*, *brand attitude* dan *consumer behavior* pada keputusan pembelian di Shopee, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel *electronic word of mouth* terhadap *brand image*, responden memberikan persepsi yang positif.
2. Pada variabel *electronic word of mouth* terhadap *brand attitude*, responden memberikan persepsi yang positif.
3. Pada variabel *electronic word of mouth* terhadap *consumer behavior*, pengguna shopee berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis regresi linear berganda diperoleh kesimpulan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap *consumer behavior* pengguna shopee.
4. *Brand image*, *brand attitude* dan *consumer behavior* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee.

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat diberikan agar penelitian selanjutnya lebih baik:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model penelitian atau *tools* lain agar dapat diketahui perbedaan antara masing-masing model penelitian dan *tools* dengan apa yang digunakan pada penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya dapat memakai objek lain guna melihat apakah setiap *e-commerce* di Indonesia memiliki perbedaan hasil dengan objek penelitian ini yaitu Shopee.
3. Pengumpulan data penelitian dapat ditambahkan dengan cara lain sehingga memiliki hasil data dari berbagai sudut pandang.
4. Domisili pengumpulan data dapat diperluas agar data yang diperoleh lebih banyak.