

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. *Electronic Word of Mouth* (X1) berpengaruh terhadap *Intensi Pembelian* (Y) Sepatu Piero di Bandar Lampung.
2. *Brand Image* (X2) berpengaruh terhadap *Intensi Pembelian* (Y) Sepatu Piero di Bandar Lampung.
3. *Brand Awareness* (X3) berpengaruh terhadap *Intensi Pembelian* (Y) Sepatu Piero di Bandar Lampung.
4. *Electronic Word of Mouth* (X1), *Brand Image* (X2) dan *Brand Awareness* (X3) terhadap *Intensi Pembelian* (Y) Sepatu Piero di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan sepatu Piero, sebaiknya tetap mempertahankan komunikasi pemasaran menggunakan *E-WOM* dan terus meningkatkan *brand image* dan *brand awareness* melalui *retailer* resmi. Konsumen setiap sepatu Piero juga diharapkan ikut berpartisipasi dalam menyebarkan ulasan-ulasan dengan cara terus menerus melakukan komunikasi secara intens dan aktif melalui media sosial dengan calon konsumen lain, sehingga sepatu Piero semakin dikenal dan dicintai oleh seluruh peminatnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengelaborasi penelitian ini dengan menambah beberapa variabel yang tidak digunakan pada penelitian ini seperti variabel *perceived price*, *social media advertising*, *influencer marketing*, dan *brand royalty* agar relevan dengan objek penelitian yaitu sepatu Piero.