

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Variabel Brand Loyalty berpengaruh Signifikan terhadap Purchase Intention. yang menyatakan bahwa Hipotesis ke 1 dinyatakan diterima.
2. Variabel Brand Image sebagai variabel Interfening secara bersama-sama antar variabel Brand Loyalty terhadap Purchase Intention.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, saran yang bisa diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen

Hendaknya dapat memperhatikan *electronic word of mouth*, untuk melakukan evaluasi terhadap produk, ketika memutuskan untuk membeli produk-produk yang di jual di shopee agar tidak tertipu barang tiruan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya dapat melakukan penelitian mengenai *purchase intention*, dengan mengambil variabel lain selain *electronic word of mouth*, *brand image*, dan *brand trust*. Hal ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap *purchase intention* (minat beli).

5.3. Keterbatasan

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penyebaran kuesioner peneliti tidak bertatap muka dengan responden di karenakan kusioner disebar secara online menggunakan *Google Form* dan disebar melalui media Whatsapp.