

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti pengaruh dua faktor utama antara Negatif Electronic Word of Mouth (NWOM) terhadap Citra Merek (CM), dan Negatif Electronic of Mouth (NWOM) terhadap kepercayaan (KPR) kepercayaan (KPR) dan keputusan pembelian konsumen. Terhadap 2 variabel penting yaitu Citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen (KKP) dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa :

1. Negatif Electronic Word of Mouth (NWOM) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan.
2. Negatif Electronic Word of Mouth (NWOM) terdapat pengaruh Positif dan tidak signifikan terhadap Citra Merek .
3. Kepercayaan (KPR) terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Citra Merek (CM) terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adanya hubungan yang mempengaruhi adanya tingkat keputusan pada pembelian indomie terhadap citra merek.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk perusahaan indomie dan peneliti dimasa depan

1. Perusahaan indomie dapat mengoptimalkan upaya minat beli pada konsumen tetap mempertahankan kualitas, produk, promosi yang baik, serta dapat memberikan informasi yang membuat para konsumen tetap mempercayai akan kualitas produk indomie serta memberikan yang terbaik untuk para konsumen sehingga konsumen dapat memberikan ulasan-ulasan riviw yang positif sehingga mengangkat taraf penjualan produk indomie.

2. Adanya peningkatan kualitas serta sehingga dapat membuat konsumen memiliki loyalitas akan produk indomie.
3. Adanya berita skandal negatif yang menyebabkan adanya penurunan pada tingkat pembelian yang tentunya menjadi bahan buah bibir para netizen khususnya. Hal itu menjadi tantangan tersendiri bagi indomie untuk semakin memperkuat kepercayaan konsumen dengan membangun kepercayaan penuh pada konsumen sehingga dapat menciptakan kolaborasi yang sepadan sehingga terjadilah loyalitas konsumen sehingga mereka akan memberikan review yang baik mengenai indomie.