

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab kelima berisi pemaparan mengenai simpulan dan rekomendasi hasil penelitian untuk pihak yang terlibat pada penelitian ini serta untuk kepentingan penelitian selanjutnya.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 428 responden mengenai pengaruh *electronic word of mouth* dan *consumer brand engagement* terhadap *repurchase intention*, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif *electronic word of mouth* terhadap *repurchase intention* pada konsumen produk *skincare* Somethinc di Shopee.
2. Terdapat pengaruh positif *consumer brand engagement* terhadap *repurchase intention* pada konsumen produk *skincare* Somethinc di Shopee.
3. Terdapat pengaruh positif *electronic word of mouth* dan *consumer brand engagement* terhadap *repurchase intention* pada konsumen produk *skincare* Somethinc di Shopee.

B. Rekomendasi

Peneliti memberikan rekomendasi berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh data yang mengindikasikan masih terdapat responden dengan tingkat E-WOM, CBE dan *repurchase intention* berada pada kategorisasi rendah, sehingga diharapkan pihak perusahaan Somethinc dapat meningkatkan konten *branding* yang semakin menarik, transparan, informatif dan terpercaya di Shopee, sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen untuk melakukan *electronic word of mouth* dan *consumer brand engagement* terhadap *repurchase intention* pada konsumen produk *skincare* Somethinc di Shopee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya dapat disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih komprehensif, tidak terbatas hanya pada *E-commerce* Shopee. Sebagai contoh, dapat dilakukan penelitian mengenai *electronic word of mouth* pada berbagai *E-commerce* atau media sosial yang digunakan oleh perusahaan atau *brand* dalam strategi pemasaran mereka.