

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi yang didapat dari penelitian, dan rekomendasi untuk pihak-pihak yang terlibat serta bagi peneliti selanjutnya.

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, ketiga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Konformitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, E-WOM berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, serta konformitas dan E-WOM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pengguna media sosial.

#### **5.2. Saran dan Rekomendasi**

Berikut ini saran dan rekomendasi yang dapat diberikan kepada peneliti berikut, *marketing/seller*, dan *costumer*.

1. Penelitian mendatang
  - a. Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan populasi yang lebih luas dalam segi wilayah geografis atau domisili untuk memperoleh hasil yang lebih representatif dan relevan bagi konteks yang lebih beragam.
  - b. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi potensi pengaruh negatif seperti informasi palsu (*fake reviews*) atau tekanan sosial yang berlebihan terhadap *purchase intention*.
2. *Marketing/seller*
  - a. Mengoptimalkan platform media sosial untuk menyebarkan informasi produk secara luas, menarik perhatian konsumen potensial, dan meningkatkan popularitas produk melalui kuantitas ulasan.
  - b. Mendorong konsumen untuk memberikan ulasan dan testimoni yang jujur dan berkualitas di media sosial untuk meningkatkan popularitas produk dan kepercayaan konsumen melalui ulasan positif.

- c. Promosikan budaya "tren produk" di kalangan kelompok teman sebaya untuk meningkatkan *purchase intention*.

### 3. *Customer*

- a. Lebih kritis terhadap kredibilitas ulasan atau testimoni yang ditemukan di media sosial.
- b. Hindari terlalu terpengaruh oleh tren yang hanya berdasarkan popularitas produk tanpa memperhatikan relevansi dan kebutuhan pribadi.
- c. Gunakan media sosial sebagai salah satu referensi informasi, tetapi tetap lakukan penelitian tambahan atau perbandingan dengan sumber lain sebelum memutuskan pembelian.
- d. Manfaatkan rekomendasi dari teman atau keluarga dengan minat atau kebutuhan yang serupa agar mendapatkan produk yang pasti berkualitas, tetapi tetap pertimbangkan preferensi dan anggaran pribadi sebelum mengikuti rekomendasi.