

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada konsumen produk *skincare* lokal serum wajah Somethinc pada pengikut akun twitter @ohmybeautybank, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Electronic Word Of Mouth* (X1) dan *Country Of Origin* (X2) terhadap *Purchase Decision* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji F, hasil f hitung > f tabel dan nilai sig < 0,05. Besarnya pengaruh sebesar 0,368 atau 36,8% dan sisanya sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Electronic Word Of Mouth* (X1) terhadap *Purchase Decision* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05. Besarnya pengaruh sebesar 0,243 atau 24,3% dan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *Country Of Origin* (X2) terhadap *Purchase*

Decision (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung $> t$ tabel dan nilai sig $< 0,05$. Besarnya pengaruh sebesar 0,289 atau 28,9% dan sisanya sebesar 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data di atas, maka yang dapat penulis sarankan untuk *purchase decision* produk *skincare* lokal serum wajah Somethinc adalah sebagai berikut :

1. *Electronic Word Of Mouth* terbukti belum sepenuhnya baik terhadap *Purchase Decision* produk *skincare* lokal serum wajah Somethinc. Oleh karena itu, perusahaan Somethinc harus lebih meningkatkan kualitas produknya, lebih berinovasi terhadap produknya, serta menyajikan konsep yang lebih menarik supaya tanggapan negatif mengenai produk jarang terlihat bahkan tidak ada lagi.
2. *Country Of Origin* pada *Purchase Decision* produk *skincare* lokal serum wajah Somethinc masih belum sepenuhnya baik. Disarankan agar perusahaan Somethinc menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas supaya produk asli asal Indonesia memiliki kualitas *skincare* yang lebih baik dari produk *skincare* luar negeri dan konsumen lebih memilih produk *skincare* lokal dan serum wajah lokal dibandingkan produk luar negeri.

3. Untuk meningkatkan penjualan serta mempercepat penyebaran informasi mengenai produk serum wajah Somethinc, perusahaan Somethinc disarankan agar lebih sering mengunggah informasi mengenai produk dan berinovasi dalam menawarkan produknya. Sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

