

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh *electronic word of mouth*, *content marketing*, dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada bedak padat Pixy. Hasil analisis data menunjukkan bahwa :

- a. *Electronic word of mouth*, *content marketing*, dan variasi produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli bedak padat Pixy pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya, *electronic word of mouth*, *content marketing*, dan variasi produk jika ditingkatkan secara nyata akan meningkatkan minat beli.
- b. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli bedak padat Pixy pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya, semakin baik *electronic word of mouth* pada bedak padat Pixy maka akan semakin meningkat minat belinya.
- c. *Content marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli bedak padat Pixy pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya, semakin menarik *content marketing* bedak padat Pixy maka akan semakin meningkat minat belinya.
- d. Variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli bedak padat Pixy pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Artinya, semakin banyak variasi produk bedak padat Pixy maka minat belinya akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Adapun beberapa rekomendasi saran berdasarkan hasil penelitian adalah :

- a. Sebaiknya perusahaan Pixy mengoptimalkan review dan testimoni dari konsumen. Misalnya dengan mengirimkan chatbot berupa dorongan kepada konsumen untuk memberikan komentarnya mengenai produk yang telah dibeli pada *platform* digital serta memantau ulasan negatif secara terus-menerus untuk mengurangi kekecewaan konsumen.

- b. Sebaiknya perusahaan Pixy membuat konten yang lebih menarik. Misalnya, berkolaborasi dengan selebriti atau *influencer* yang memiliki daya tarik tinggi atau banyak diminati konsumen serta memiliki gaya penyajian konten yang tepat seperti membuat konten yang relevan, akurat, mudah dipahami, mudah ditemukan dan konsisten.
- c. Sebaiknya perusahaan Pixy mempertimbangkan untuk memberikan harga yang murah dengan kualitas yang baik serta menambah varian produk yang kemungkinan banyak dicari dan dibutuhkan konsumen untuk meningkatkan daya saing dengan merek lain di pasar.
- d. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambahkan variabel *independen* lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli dan tidak diamati dalam penelitian ini seperti citra merek, harga ataupun kualitas produk. Objek penelitian juga dapat diganti menjadi makanan, minuman, ataupun barang elektronik serta populasinya dapat diperluas dari wilayah Kabupaten menjadi wilayah Provinsi.