

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui ada tidaknya pengaruh dari electronic word of mouth pada akun autobase twitter @ohmybeautybank terhadap minat beli produk *Skintific*. Dimana sampel pada penelitian ini adalah para pengikut akun atau followers dari akun autobase twitter @ohmeautybank. Dengan hal tersebut, berdasarkan pada hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada akun autobase twitter @ohmybeautybank terhadap minat beli produk *Skintific* menunjukkan pengaruh yang baik dan positif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab 4 dimana mayoritas hasil tanggapan responden terhadap *Electronic Word of Mouth* pada akun autobase twitter @ohmybeautybank melalui pernyataan-pernyataan yang mewakili indikator *Electronic Word of Mouth* memilih sangat setuju dan setuju.

Dapat disimpulkan pula bahwa indikator dari elektronik word mouth pada akun autobase twitter @ohmybeautybank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk *Skintific*. Pengaruh ini dapat dibuktikan pada hasil dari analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa nilai regresi memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat beli produk *Skintific* yaitu bernilai regresi 0,000 yang nilai ini merupakan $<0,05$.

Adapun besar pengaruh atau kontribusi *Electronic Word of Mouth* pada akun autobase @ohmybeautybank terhadap minat beli produk *Skintific* adalah sebesar 65,1% terhadap minat beli produk *Skintific* dimana nilai ini termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 34,9% lainnya didapatkan melalui banyak faktor lain yang mempengaruhi responden dalam memiliki minat beli produk *Skintific* yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Dengan demikian, membangun strategi *Electronic Word of Mouth* yang baik terutama dengan memanfaatkan akun-akun diskusi twitter memiliki pengaruh yang baik terhadap minat beli suatu produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, dapat diusulkan beberapa saran dan masukan bagi brand agar dapat meningkatkan performa dan dapat mengembangkan strategi untuk meninggalkan agar dapat terus berkembang. Adapun saran dan masukannya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan data yang ada, saat ini aplikasi twitter menjadi terus berkembang dan peningkatan pengguna yang cukup pesat, sehingga brand *Skintific* dapat membuat dan memfokuskan strategi pemasaran melalui twitter.
2. Berdasarkan data yang ada, EWOM pada akun @ohmybeautybank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli calon konsumen. Sehingga *Skintific* dapat melakukan kerja sama resmi dengan akun @ohmybeautybank dalam salah satu strategi marketing guna meningkatkan brand awareness maupun penjualan, terutama pada peluncuran produk-produk baru.
3. Berdasarkan data yang ada, konsumen akan secara sukarela mempromosikan produk atau merek yang disukainya, oleh karena itu *Skintific* dapat terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan pasar sehingga dapat disukai oleh pasar dan meningkatkan penjualan.