

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Analisis dan Pembahasan mengenai PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK IPHONE DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah Metro). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. eWOM berpengaruh positif terhadap *Brand Trust* Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah.
2. Brand Image berpengaruh positif terhadap *Brand Trust* Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah.
3. eWOM berpengaruh positif terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah.
4. Brand Image berpengaruh positif terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah.
5. Brand Trust berpengaruh positif terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2019 Universitas Muhammadiyah.

B. SARAN

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Apple harus dapat meningkatkan promosi dan ulasan yang positif yang berkaitan dengan eWOM sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dari konsumen yang melihatnya caranya dengan memberikan gambaran dari produk iPhone secara real atau jujur sehingga konsumen dapat mempercayainya.
2. Apple harus mempertahankan juga meningkatkan terkait produknya untuk selalu melekat pada ingatan dari konsumennya karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan dari konsumen.

3. Apple perlu meningkatkan fitur yang terdapat dari smartphone iPhone yang lebih canggih dan memenuhi ekspektasi dari konsumennya.
4. Untuk meningkatkan Minat Beli terhadap produk iPhone perlu dimasa yang akan mendatang, sebaiknya iPhone lebih perlu meningkatkan promosi yang dilakukan dibebagai platform dan media elektronik lainnya.
5. Bagi konsumen yang berminat untuk membeli produk iPhone perlu berhati-hati dalam memilih fitur dan tempat yang menyediakan produk tersebut. Perlu menggali lebih dalam mencari informasi terkait produk iPhone, dengan cara memanfaatkan media sosial dalam pencarian informasi.