

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* (e-WOM) oleh Beauty Vlogger terhadap minat beli produk Lip Cream Pixy.
2. Terdapat pengaruh antara *brand trust* terhadap minat beli produk Lip Cream Pixy.
3. Terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* (e-WOM) oleh Beauty Vlogger dan *brand trust* terhadap minat beli produk Lip Cream Pixy

4.2. Saran

Saran pada penelitian ini adalah:

1. Dikarenakan keterbatasan yang terjadi dalam penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini seperti pengetahuan konsumen, citra merek, atau bisa juga menggunakan *brand awareness* sehingga mendapatkan hasil yang lebih variatif. Selain itu juga disarankan untuk melakukan penelitian menggunakan objek dan merek kosmetik yang berbeda.

2. Disarankan kepada *beauty vlogger* untuk lebih baik dalam meningkatkan kredibilitasnya dan membuat variasi video *review* lebih lengkap dan menarik lagi.
3. Disarankan kepada perusahaan untuk mengembangkan dan memaksimalkan penggunaan *electronic word of mouth* dalam mempromosikan produknya dengan cara, menyarankan produk Pixy kepada Beauty Vlogger yang sedang viral atau naik daun, seperti Tasya Farasya, Clarissa Putri, Nanda Arsyinta, atau Beauty Vlogger lain yang mempunyai kemampuan yang bagus untuk mereview serta banyak digandrungi oleh kaum anak muda, sehingga mampu meningkatkan minat beli dalam diri konsumen. Selain itu disarankan untuk melakukan pameran produk terbaru, penjelasan dan peragaan penggunaan produk di konter-konter Lip Cream Pixy baik di toko kosmetik atau *department store* sehingga dapat menarik konsumen untuk mencoba produk Lip Cream Pixy.
4. Disarankan kepada perusahaan Pixy untuk dapat meningkatkan citra perusahaan dengan dengan mencantumkan nama perusahaan yang memproduksi produk Pixy agar konsumen mengetahui bahwa produk Pixy diproduksi oleh perusahaan yang memiliki integritas, hal tersebut di dasarkan dari hasil tanggapan responden bahwa banyak responden yang menjawab tidak setuju bahwa Pixy diproduksi oleh perusahaan yang memiliki integritas.

