

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai faktor mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Parfum Lab Art Aromatique Kota Madiun:

1. *E-WOM* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan dan rekomendasi positif yang diterima melalui platform elektronik terbukti sangat efektif dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di toko ini.
2. *Product Quality* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen di Toko Lab Art Aromatique cenderung lebih memilih produk dengan kualitas yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan keputusan pembelian mereka.
3. *Product Knowledge* berperan penting dalam keputusan pembelian. Semakin tinggi pengetahuan konsumen tentang produk di Toko Lab Art Aromatique, semakin besar kemungkinan mereka untuk membuat keputusan pembelian yang positif.
4. *Promotion* menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Strategi promosi yang efektif di Toko Lab Art Aromatique, seperti diskon dan iklan, berperan besar dalam menarik minat konsumen dan mendorong pembelian.

B. Implikasi Penelitian dan Saran

1. Implikasi

- a. Optimalkan strategi *E-WOM* melalui program ulasan berhadiah dan kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperkuat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Pertahankan standar kualitas produk dengan melakukan *quality control* rutin, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan *E-WOM* dan strategi *promotion*
- c. Tingkatkan edukasi staf dan sediakan materi edukatif yang mudah diakses oleh pelanggan agar mereka lebih memahami produk, sehingga mendukung keputusan pembelian yang lebih tepat.
- d. Implementasikan strategi *promotion* kreatif seperti *bundling* produk dan kampanye musiman untuk menarik minat konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian, dan meningkatkan volume penjualan.

2. Saran

- a. Untuk memaksimalkan dampak *E-WOM*, Toko Parfum Lab Art Aromatique harus aktif mengelola ulasan online dengan menanggapi umpan balik pelanggan dan mendorong ulasan positif. Promosikan ulasan dan testimonial yang baik dalam materi pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan dan memanfaatkan kekuatan rekomendasi *online* yang positif.
- b. Penting untuk secara rutin memeriksa dan memastikan kualitas produk tetap tinggi, serta memperkenalkan inovasi untuk membedakan dari

pesaing. Selain itu, berikan informasi yang jelas dan mendetail tentang produk baik di toko offline maupun online.

- c. Implementasikan strategi promosi yang menarik, seperti diskon, penawaran khusus, atau paket bundling, untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Rencanakan kampanye pemasaran yang efektif untuk menonjolkan promosi dan penawaran, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan.